

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia saat ini termasuk dalam negara yang sedang dalam proses berkembang. Berkembang dalam hal ini salah satunya mengenai teknologi informasi. Dalam era globalisasi negara Indonesia harus dapat bersaing dengan pasar bebas. Seiring berjalannya perkembangan teknologi informasi maka peluang bisnis tentunya juga akan muncul. Menurut Priambada (2015: 43), potensi yang sangat mudah dimanfaatkan yakni potensi teknologi informasi, dimana teknologi informasi ini mampu memberikan penawaran terhadap setiap orang untuk mampu menciptakan serta meningkatkan sebuah produktivitas.

Namun dalam menciptakan dan meningkatkan sebuah produktivitas bukan sebuah hal yang mudah, melainkan membutuhkan ide serta strategi dalam hal tersebut. Ide dan strategi dalam hal ini bagaimana agar negara Indonesia mampu bersaing di era globalisasi. Bagaimana sebuah bisnis mampu bertahan dengan derasnya arus globalisasi sehingga pelaku bisnis dan konsumen tetap membangun hubungan jangka panjang. Bertahan atau tidaknya sebuah bisnis tergantung bagaimana seorang pelaku bisnis mampu memasarkan setiap produk bisnis yang ia punya. Tingkat kesulitan akan lebih dirasakan oleh seorang pelaku bisnis dalam hal ini bagaimana ia mampu mempertahankan kepercayaan konsumen agar tetap tertarik dengan bisnis yang ia jalankan.

Di era yang *modern* sekarang ini, masyarakat sudah lebih sadar bahwa membuka bisnis sendiri merupakan peluang untuk dapat menambah penghasilan. Bahkan tidak jarang, beberapa orang telah menjadikan bisnis tersebut sebagai mata pencaharian utama bahkan mampu untuk mempekerjakan orang banyak. Tidak menutup kemungkinan untuk para pelajar, mahasiswa, saat ini sudah banyak yang memiliki inisiatif untuk mendirikan sebuah usaha kecil dalam hal ini seperti berbisnis, entah bisnis secara *offline* atau bisnis secara *online* yang secara tidak langsung mampu membuat pelajar dan mahasiswa tersebut memiliki

penghasilan sendiri dan terhindar dari daftar pengangguran yang ada di Indonesia jauh sebelum studi yang mereka geluti selesai.

Mengelola sebuah bisnis bukanlah hal yang mudah, dibutuhkan kesungguhan dari setiap orang yang ingin mengelola. Langkah utama dalam membangun sebuah bisnis yakni dengan memunculkan sebuah ide. Ide dalam hal ini adalah susunan ilmu pengetahuan yang disusun untuk mengembangkan kreatifitas sehingga dapat menghasilkan sebuah hasil pemikiran untuk memulai bisnis tersebut. Selain itu, pelaku bisnis harusnya lebih dulu mencari tahu, apa bentuk bisnis yang sangat dibutuhkan oleh pasar konsumen.

Teknologi informasi dan bisnis, keduanya saling berkaitan. Bisnis saat ini bukanlah bisnis yang sering terlintas dalam bayangan setiap orang pada zaman dulu, dimana dalam berbisnis barangkali menjual barang atau produk serta tempat dimana letak bisnis atau usaha tersebut dilakukan atau dengan kata lain tempat yang dipakai dalam memajang barang yang akan dijual. Bisnis saat ini tentu memiliki perbedaan yang sangat jauh dengan bisnis pada zaman dulu atau yang sering disebut dengan bisnis tradisional. Bisnis tradisional lebih fokus pada produksi serta pemasaran yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha seorang diri karena mengingat bahwa keuntungannya juga akan dirasakan sendiri dan tidak harus dibagi dengan orang lain. Sedangkan bisnis *modern* pelaku usaha lebih peka sehingga bisnis yang dijalankan lebih terbuka untuk berbagi dan membuka partisipasi secara terorganisir. Perbedaan paling signifikan antara bisnis tradisional dan bisnis *modern* yakni lebih kepada sistem manajemennya.

Keterkaitan bisnis dengan kemajuan teknologi informasi yakni bisnis yang dilakukan kebanyakan orang pada saat ini adalah bisnis *online*. Setiap orang mampu menjual produk yang dimilikinya tanpa memerlukan tempat atau lapak tertentu, pada umumnya tidak harus memiliki karyawan, dapat dilakukan dimana dan kapan saja, serta tidak terbatas atau dengan kata lain dapat dijangkau secara luas.

Produk yang ditawarkan dalam setiap bisnis *online* tentunya harus mampu menarik hati konsumen, mengikuti produk yang sedang *trend* dan sedang banyak diminati oleh pasar. Tinggal bagaimana pelaku bisnis menambahkan

inovasinya sendiri agar produk yang dimiliki tidak mempunyai nilai mirip dengan produk orang lain.

Pelaku bisnis sebaiknya menambah pengetahuan melalui berbagai macam aspek seperti melakukan *sharing* bersama teman atau dengan orang-orang yang telah berhasil menjalankan sebuah bisnis, mengikuti berbagai macam seminar atau kursus mengenai kewirausahaan, bahkan jika penting pelaku bisnis sebaiknya melakukan penelitian sehingga nantinya mampu menciptakan sebuah ide yang dapat membangun sebuah bisnis yang akan ia geluti. Ide akan sangat berperan penting dalam setiap memulai bisnis, namun sebuah ide tidak akan bermanfaat ketika tidak diimplementasikan dalam proposal bisnis. Proposal bisnis merupakan sebuah dokumen yang di dalamnya menjelaskan apa dan bagaimana bisnis tersebut.

Menurut Utomo (2013: 7), bisnis *online* adalah aktivitas atau pekerjaan yang dilakukan oleh perseorangan atau kelompok untuk mendapatkan keuntungan atau laba melalui jaringan internet. Kebanyakan orang menganggap bahwa bisnis *online* sangatlah menguntungkan, namun kembali kepada kodrat sebuah usaha atau bisnis tidak bisa dipungkiri pasti memiliki kendala tersendiri. Kendala yang paling utama yakni masih rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bisnis *online* seperti dalam hal bertransaksi. Banyak masyarakat Indonesia yang tinggal di pelosok daerah masih kurang berminat dengan bisnis *online* karena cara transaksi yang tidak bertatap muka secara langsung sehingga banyak yang masih takut untuk melakukan belanja *online*.

Bisnis *online* sangat erat kaitannya dengan internet. Saat ini internet sebagai wadah yang dapat membuat semua orang mampu mengakses informasi terkini secara mudah dan cepat. Jadi tidak dapat dipungkiri internet sebagai penunjang utama dalam berbisnis *online*. Internet sangat populer di lingkungan masyarakat terutama anak muda yang menjadikan internet sebagai tempat mencari informasi yang *up to date* dengan cara yang sangat mudah. Internet sangat membawa pengaruh besar terhadap masyarakat.

Menurut Rohaya (2008: 2), internet (*inter-network*) merupakan sebutan untuk sekumpulan jaringan yang menghubungkan situs akademik, pemerintahan,

komersial, organisasi, maupun perorangan. Fasilitas internet yang digunakan dalam memasarkan bisnis *online* salah satunya yakni media sosial. Media sosial yang memiliki pengguna terbanyak saat ini di Indonesia yakni facebook. Di Indonesia sendiri, menurut APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) dalam Isparmo (2016) menerangkan bahwa pada tahun 2016 facebook merupakan media sosial urutan pertama yang paling banyak dikunjungi yakni sebesar 71,6 juta pengguna. Menurut APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) dalam Isparmo, sesuai data statistik tahun 2016 instagram merupakan media sosial kedua yang paling banyak dikunjungi setelah facebook, pengguna instagram pada tahun 2016 mencapai 19,9 juta pengguna. Media sosial instagram saat ini paling banyak diminati untuk memasarkan produk bisnis *online*. Media sosial instagram merupakan salah satu media sosial yang memudahkan penggunaannya untuk berbagi foto dan video kepada pengikutnya dengan berbagai macam alasan. Salah satunya untuk menceritakan keseharian yang dilakukan oleh pengguna.

Beranjak dari pernyataan tersebut, banyak yang memanfaatkan facebook dan instagram sebagai wadah untuk mempromosikan produk bisnis yang mereka miliki, dengan cara membagikan foto atau video tergantung produk apa yang akan mereka tawarkan kepada konsumen. Tidak dapat dipungkiri ada banyak media sosial lainnya yang mampu dijadikan wadah dalam menjalankan sebuah bisnis *online*, tergantung media sosial apa yang dimiliki oleh seorang pelaku bisnis dan media sosial mana yang dianggapnya memiliki peluang besar untuk mendapatkan banyak peminat atau konsumen untuk bisnisnya tersebut.

Banyaknya pengguna media sosial secara tidak langsung mampu membukakan peluang untuk mempromosikan bisnis *online* itu sendiri. Hanya dengan sedikit pengetahuan tentang tatacara penggunaan media sosial seperti facebook dan instagram, maka pelaku bisnis *online* tersebut akan mampu memasarkan produk yang dimiliki dengan mudah dan cepat serta dijangkau secara luas sampai ke luar daerah. Media sosial sangat berperan penting dalam peningkatan usaha yang ada di Indonesia khususnya dalam bisnis *online*, tergantung bagaimana setiap pelaku bisnis yang memasarkan setiap produk

sehingga konsumen akan tertarik dan akan bertahan dalam jangka waktu yang lama untuk menikmati setiap produk yang ditawarkan.

Bisnis *online* yang saat ini paling banyak digeluti oleh masyarakat umum termasuk di dalamnya pelajar dan mahasiswa yakni bisnis mengenai pakaian dan bisnis kuliner. Dua jenis bisnis ini secara garis besar merupakan kebutuhan dasar yang sangat dibutuhkan oleh setiap manusia yang ada di muka bumi ini setiap hari. Seiring perkembangan zaman tentunya *trend fashion* akan berubah-ubah pula. Hal ini memaksa konsumen untuk tetap mengikuti *trend* tersebut agar tidak kelihatan seperti ketinggalan zaman khususnya dalam hal berpakaian. Begitupun dengan kuliner, setiap harinya akan ada banyak inovasi makanan yang menarik hati dan tentunya mengenyangkan. Saat ini banyak para pekerja yang sulit untuk mengatur waktu untuk bisa makan tepat pada waktunya. Dalam hal ini peran bisnis *online* dibutuhkan. Jika bisnis *online* tersebut menggunakan jasa pesan antar, tentunya akan lebih memudahkan konsumen.

Hal ini merupakan peluang besar untuk masyarakat dan khususnya mahasiswa yang berorientasi pada *lifeskill* atau kecakapan hidup yang di dalamnya memanfaatkan keterampilan ataupun pengetahuan yang dimiliki mahasiswa dalam hal penggunaan media sosial yang baik dan benar serta dengan memanfaatkan peluang yang ada yakni untuk memenuhi kebutuhan orang lain. Hal ini dapat menjadi keuntungan untuk setiap mahasiswa yang ingin mendapatkan penghasilan secara pribadi serta mempermudah orang lain dalam memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari. Kondisi tersebut secara tidak langsung merupakan upaya dalam memberdayakan diri setiap mahasiswa dikarenakan mampu menciptakan lapangan pekerjaan untuk diri mereka sendiri.

Untuk mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo sesuai dengan data eksplorasi yang ditemui di lapangan bahwa bisnis *online* merupakan sebuah aktivitas yang banyak dijalankan oleh mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo secara personal tanpa dinaungi oleh pihak kampus. Pernyataan ini didukung oleh pengakuan Menteri Kewirausahaan Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Universitas Negeri Gorontalo yakni Adul Jafar Gunibala yang mengatakan bahwa bidang kewirausahaan Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) lebih menaungi bidang

kewirausahaan mahasiswa melalui pengembangan jiwa enterpreneur mahasiswa seperti kegiatan bazar terkait dengan produk inovasi yang dimiliki mahasiswa serta pengajuan-pengajuan proposal bisnis kepada pihak instansi.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan semata-mata untuk mengetahui karakteristik dari beberapa pelaku bisnis *online* melalui media sosial facebook dan instagram yang saat ini banyak dilakukan oleh mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo sehingga penelitian ini mengangkat judul mengenai analisis bisnis *online* melalui media sosial facebook dan instagram di lingkungan mahasiswa.

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi dari masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Banyaknya mahasiswa yang menjalankan bisnis *online*
2. Meningkatnya bisnis *online* melalui media sosial facebook dan instagram
3. Adanya kecenderungan perilaku mahasiswa dalam menjalankan bisnis *online*

1.3 Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian yaitu “Bagaimana bisnis *online* melalui media sosial facebook dan instagram di lingkungan mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo?”

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dari hasil penelitian ini untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana bisnis *online* melalui media sosial facebook dan instagram di lingkungan mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan tentang penggunaan media sosial.

b. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi input bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

a. Mahasiswa

Penelitian ini bermanfaat agar mahasiswa lebih dapat mengetahui bahwa penggunaan media sosial sangat bermanfaat bukan hanya untuk ajang mengikuti *trend* namun bisa dalam memulai sebuah bisnis.

b. Masyarakat

Penelitian ini bermanfaat agar masyarakat lebih dapat mengetahui pentingnya sebuah bisnis dalam menunjang kehidupan dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat.