ANALISIS FAKTOR PENYEBAB KEGAGALAN BISNIS ONLINE

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)

SKRIPSI

Oleh

AJENG NUR MALISA

NIM: G73216025

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi Manajemen

Surabaya

2020

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ajeng Nur Malisa

NIM : G73216025

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Manajemen

Judul Skripsi : Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis Online (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa, skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 06 Maret 2020

Saya yang menyatakan

METERAI TEMPEL

6000

Ajeng Nur Malisa

G73216025

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Ajeng Nur Malisa NIM. G73216025 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan

Surabaya, 06 Maret 2020

Pembimbing

Dr. Mustofa, S.Ag. M.E.I

NIP. 197710302008011007

PENGESAHAN

PENGESAHAN

Skripsi yang telah ditulis oleh Ajeng Nur Malisa NIM G73216025 ini telah di pertahankan di depan sidang Majelis Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari kamis, 19 Maret 2020

Manjelis Munaqosah Skripsi :

Penguji I	Penguji II
Dr. Mustofa, S.E., M.E.I.	Dr. Ir. Muhamad Ahsan, MM
NIP. 197710302008011007	NIP. 196806212007011030
Penguji III	Penguji IV
Deasy Tantriana, M.M	Rahma Ulfa Magfiroh, SE., M.M.
NIP. 198312282011012009	NIP. 198612132019032009

Surabaya, 19 Maret 2020

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

a.n. Dekan,

Dr. H. Ah. Ali Arifin, M.M.

NIP. 196212141993031002

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ajeng Nur Malisa
NIM : G73216025
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / Manajemen
E-mail address : ajengmalisa28@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
ANALISI FAKTOR PENYEBAB KEGAGALAN BISNIS ONLINE

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 27 Juli 2020

Penulis

(Ajeng Nur Malisa)

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul "**Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis Online (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)** ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk mengetahui faktor penyebab kegagalan bisnis online dan faktor yang mendominasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Metodelogi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi denngan mahasiswa pelaku bisnis online Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 12 faktor penyebab kegagalan bisnis online pada mahasiwa Fakultas Ekonomi Dan Bisnsi Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya antara lain: manajemen operasional, manajemen sumber daya manausia, manajemen keuangan, manajemen strategi, manajemen waktu, manajemen pemasaran, pengalaman bisnis, perencanaan bisnis, permodalan, pesaing, motivasi, dan konsisten. Dan didominasi oleh 3 faktor yaitu faktor konsisten, pengalaman bisnis, dan manajemen pemasaran.

Sejalan dengan hasil penelitian tersebut, maka saran yang dapat diajukan sebagai bahan masukan adalah sebaiknya para pelaku bisnis online mengikuti pelatihan terkait kewirausahaan, untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dibidang bisnis. Agar nantinya bisnis yang baru atau telah dijalankan dapat berkembang dengan baik dan menghasilkan output yang maksimal. mengeksplor fenomena-fenomena yang ada pada masyarakat, khususnya dalam dunia bisnis.

Kata Kunci: Bisnis Online, Kegagalan Bisnis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DALAM i

PERNYATAAN KEASLIAN ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN iv

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI v

ABSTRAK vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah 10

C. Rumusan Masalah 11

D. Kajian Pustaka 11

E. Tujuan Penelitian 15

F. Kegunaan Hasil Penelitian 15

G. Definisi Operasional 16

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H. Metode penelitian 18

I. Sistematika Pembahasan 28

BAB II KERANGKA TEORITIS 31

A. Bisnis Onlinne 31

B. Kegagalan Binsis 40

BAB III Data Penelitian 55

A. Gambaran Umum UIN Sunan Ampel Surabaya 55

B. Gambaran Umum Informan 58

C. Faktor Kegagalan Bisnis 59

BAB IV ANALISIS DATA 73

A. Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 73

B. Faktor Dominan Yang Mempengaruhi Kegagalan Bisnis Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 81

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 84

A. Kesimpulan 84

B. Saran 84

DAFTAR PUSTAKA 86

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

LAMPIRAN 89

A. Koding 90

B. Biodata Responden..... 91

C. Transkip Wawancara..... 95

D. Tabel Pemetaan 119

E. Temuan Data Pada Responden 120

F. Dokumentasi 122

G. Surat Keterangan Lulus Plagaisi 124

H. Lembar Plagiasi 125

I. Biodata Mahasiswa 125

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Program Studi Yang Mendapatkan Mata Kuliah Kewirausahaan ... 6

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu 12

Tabel 3.1 Program Studi Fakultas Ekonomi 56

Tabel 3.2 Kriteria Narasumber 59

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Daftar Peringkat Banyaknya Pengunjung 4

Gmabar 1.2 Diagram Kepemilikan Bisnis Online 8

Gambar 1.3 Diagram Perkembangan Bisnis Online 8

Gambar 1.4 Kerangka Berfikir 28

Gambar 4.1 Prosentase Faktor Kegagalan Bisnis Online 81

Gambar 1 Capture Akun Media Sosial @ warmakedoin.id..... 97

Gambar 2 Capture Postingan Terakhir Produk Yang Dijual

@warmakedoin.id 97

Gambar 3 Capture Akun Media Sosial @sidoarjo_store..... 99

Gambar 4 Capture Postingan Terakhir Produk Yang Dijual @sidoarjo_store 100

Gambar 5 Capture Akun Media Sosial @rizal_wahyu05..... 103

Gambar 6 Capture Postingan Terakhir Produk Yang Dijual@rizal _wahyu05 103

Gambar 7 Capture Akun Media Sosial @zasashop 104

Gambar 8 Capture Akun Media Sosial @amaliadnshop 106

Gambar 9 Capture Postingan Terakhir Produk Yang Dijual @amaliadnshop 106

Gambar 10 Capture Akun Media Sosial @miracllestore..... 108

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 11 Capture Postingan Terakhir Produk Yang Dijual @miracllestore 108

Gambar 12 Capture Akun Media Sosial @chisi.sby 110

Gambar 13 Capture Postingan Terakhir Produk Yang Dijual @chisi.sby..... 110

Gambar 14 Capture Akun Media Sosial @ifa_store..... 113

Gambar 15 Capture Postingan Terakhir Produk Yang Dijual @ifa_store..... 113

Gambar 16 Capture Akun Media Sosial @ghaniastyle 115

Gambar 17 Capture Akun Media Sosial @lu_cintabasreng 118

Gambar 18 Capture Postingan Terakhir Produk Yang Dijual

@lu_cintabasreng..... 118

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era digitalisasi perkembangan akan teknologi berbasis digital semakin cepat dan canggih, kebutuhan akan informasi dapat terpenuhi dengan mudah dan cepat, serta cakupan informasi yang didapat juga cukup luas. Perkembangan media sudah berhasil mendistribusikan informasi, pendidikan, ekonomi, sosial, dan hiburan hingga dalam taraf global. Seiring dengan kemajuan zaman kebutuhan akan teknologi semakin besar, hal ini mendorong masyarakat untuk terus berevolusi dalam menciptakan teknologi baru yang mampu merubah cara beraktivitas masyarakat. Salah satu revolusi yang telah dikembangkan ialah revolusi industry 4.0 yang menerapkan konsep automatisasi pada mesin tampa memerlukan tenaga manusia dalam pengaplikasiannya. Dengan adanya revolusi industri 4.0 dapat tercipta efisiensi dalam segi waktu, biaya, dan tenaga kerja, inovasi dari revolusi industri 4.0 yang banyak diterapkan masyarakat ialah IoT (*Internet of Things*) yang menerapkan jaringan cerdas disetiap rantai dan proses produksi untuk memudahkan komunikasi antar mesin, perangkat, sensor, dan manusia melalui jaringan internet.[1]

[1] Listhari Baenanda,"*Mengenal Lebih Jauh Revolusi Industri 4.0*", dalam http://binus.ac.id/knowledge/2019/05/mengenal-lebih-jauh-revolusi-industri-4-0/, diakses pada 1 Oktober 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perkembangan teknologi yang pesat mendorong perubahan perilaku masyarakat, dan peningkatan kebutuhan akan mendorong perubahan dan terciptanya peluang bisnis baru dengan perkembangan pengguna internet.[2] Kemudahan dalam mengakses internet membuat pertumbuhan pada sektor ekonomi berkembang dengan pesat, banyak peluang wirausaha yang disajikan di era digital salah satunya yang marak dilakukan oleh masyarakat ialah dengan memanfaatkan internet dalam proses berbisnis yaitu dengan membuka gerai online atau bisnis online. Pengguna internet dalam proses berbisnis akan terus mengalami perkembangan mulai dari pertukaran informasi secara elektronik sampai dengan komunikasi dan kerja sama secara global yang memungkinkan orang dari organisasi dan lokasi yang berbeda dapat bekerja dalam satu tim untuk mengembangkan, memproduksi, memasarkan, dan memelihara produk atau layanannya.

Hal ini dibuktikan dengan presentase meningkatnya jumlah pelaku usaha dalam data olahan BPS (Badan Pusat Statistik) menyimpulkan adanya pertambahan jumlah pengusaha dari sebelumnya 1,6% menjadi 3,1% dari populasi.[3] Presentase peningkatan kewirausahaan akan berpengaruh

---

[2] Rhisna Maulina, "*Peluang Bisnis Baru di Era Revolusi Industri 4.0*", dalam https://www.jurnal.id/id/blog/peluang-bisnis-baru-di-era-revolusi-industri-4-0/, diakses pada 11 Oktober 2019

[3] Kominfo, "*Peluang Besar Jadi Pengusaha di Era Digital*", dalam https://kominfo.go.id/content/9530/peluang-besar-jadi-pengusaha-di-era-digital/0/berita, diakses pata 1 Oktober 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terhadap ekonomi kecil karena akan sangat mendukung perekonomian masyarakat kecil.[4]

Suatu peningkatan dalam jumlah wirausaha umumnya mengarah pada suatu peningkatan dalam pertumbuhan ekonomi. Pengaruh ini sebagai suatu hasil nyata dari peningkatan keterampilan masyarakat, dan lebih tepatnya kecenderungan mereka untuk berinovasi (*propensity to innovate*). Dimana inovasi ini dimulai dari pemikiran yang sering disebut kreatifitas untuk mendukung inovasi. Sehingga antara kreatifitas dan inovasi menjadi dua hal yang tidak akan terpisahkan untuk pembangunan ekonomi masyarakat.[5] Didukung dengan banyaknya media sosial dalam membantu mempromosikan tampa memerlukan banyak biaya operasioanal yang tinggi membuat bisnis online terus berkembang. Diantaranya *marketplace* yang sering digunakan masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli ialah sebagai berikut :

[4] Sri Wigati, M.E.I, *Kewirausahaan Islam (Aplikasi dan Teori)*, (Surabaya: UINSA Press), 2014,hlm.12

[5] Ibid, hlm.12

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 1.1

Daftar Peringkat Banyaknya Pengunjung

	Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1	Tokopedia	140,414,500	#2	#2	205,070	1,263,800	6,135,250	3,144
2	Shopee	90,705,300	#1	#1	85,440	2,616,800	14,804,290	3,017
3	Bukalapak	89,765,800	#4	#4	168,260	832,460	2,425,880	2,696
4	Lazada	49,620,200	#3	#3	369,840	1,332,780	28,413,580	2,289
5	Blibli	38,453,000	#6	#6	485,030	822,130	8,349,810	1,372

Sumber: Solutech[6]

Dari tabel diatas dapat diketahui banyaknya media pendukung pemasaran online terdapat lima peringkat media pemasaran online yang banyak digunakan masyarakat terutama pada masyarakat Indonesia di tahun 2019. Dilihat dari banyaknya pengunjung web dalam setiap bulannya, Tokopedia menduduki urutan pertama, Shopee urutan kedua, Bukalapak urutan ketiga, Lazada urutan keempat, dan Blibli urutan kelima.

Pendidikan memiliki peran yang strategis dalam mengembangkan serta menyiapkan sumber daya manusia yang unggul dan kompetitif hal ini mendorong pertumbuhan bangsa dalam sektor ilmu pengetahuan, sosial, serta ekonomi. Pendidikan memiliki peluang besar dalam menciptakan lapangan pekerjaan hal ini didukung oleh keterbatasan peluang terserapnya lulusan perguruan tinggi bekerja dalam sektor pemerintahan dan sektor

[6] https://solutech.id/2019/07/18/5-marketplace-terbaik-di-indonesia-pada-2019/, diakses pada tanggal 10 Oktober 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

swasta, akan tetapi peluang besar dalam pekerjaan terdapat dalam hal wirausaha. Menurut *Thomas W Zimmere* di dalam buku Kewirausahaan Islam (Aplikasi dan Teori) kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan permasalahan dan upaya memanfaatkan peluang-peluang yang dihadapi orang setiap hari.[7]

Kewirausahaan dalam Islam merupakan suatu ibadah yang akan mendapatkan pahala apabila dikerjakan. Kewirausahaan merupakan fardhu kifayah. Keterampilan masing-masing individu wajib dikembangkan tetapi tidak semua orang harus memiliki *skill* atau kemampuan yang sama.[8] Berwirusahan memiliki peluang yang menjamin bagi seorang sarjana untuk mendapatkan penghasilan sendiri, serta membantu menciptakan lapangan pekerjaan bagi orang lain.[9] Maka dari itu penanaman jiwa kewirausahaan perlu diterapkan dan ditanamkan dalam dunia pendidikan. Dengan adanya pendidikan kewirausahaan dapat mengasah kreativitas, ilmu pengetahuan tentang usaha, serta malatih jiwa kewirausahaan.[10]

Pada saat ini perguruan tinggi banyak yang memberikan mata kuliah mengenai kewirausahaan di program studinya karena perguruan tinggi pada saat ini tidak hanya mencetak lulusan yang siap memasuki lapangan kerja,

---

[7]Sri Wigati, M.E.I, *Kewirausahaan Islam (Aplikasi dan Teori),* (Surabaya: UINSA Press), 2014, hlm. 8

[8] Ibid, hlm.13-14

[9] I Wayan Kartika, "Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Usaha Penerima Program Mahasiswa Wirausaga (PMW) di Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha Tahun 2013)". *Ekuitas – Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol.3. No. 1, Juni 2015, hlm. 42

[10] St Sularto, *"Urgensi Pendidikan Kewirausahaan"*, dalam *https://edukasi.kompas.com/read/2010/04/09/11340991/Urgensi.Pendidikan.Kewirausahaan?page=all,* diakses pada tanggal 11 Oktober 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tetapi juga siap menciptakan lapangan kerja. Tidak terkecuali pada perguruan tinggi negeri Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang telah memberikan pendidikan mengenai kewirausahaan kepada beberapa program studinya, walaupun tidak semua program studi yang ada di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya mendapatkannya namun ada beberapa yang mendapatkan mata kuliah kewirausahaan pada semester tertentu diantaranya pada program studi sebagai berikut :

Tabel 1.1

Program Studi Yang Mendapatkan Mata Kuliah Kewirausahaan

No	Fakultas	Program Studi
1	Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah
2	Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam	Ilmu Ekonomi
3	Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam	Manajemen
4	Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam	Akuntansi
5	Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam	Manajemen Zakat Dan Wakaf
6	Fakultas Adab Dan Humaniora	Bahasa Dan Sastra Arab
7	Fakultas Adab Dan Humaniora	Bahasa Dan Sastra Inggris
8	Fakultas Dakwah Dan Komunikasi	Ilmu Komunikasi
9	Fakultas Dakwah Dan Komunikasi	Pengembangan Masyarakat Islam
10	Fakultas Syariah Dan Hukum	Hukum Ekonomi Syariah
11	Fakultas Syariah Dan Hukum	Syariah Dan Hukum Muamalah
12	Fakultas Tarbiyah Dfan Keguruan	Pendidikan Bahasa Inggris
13	Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan	Manajemen Pendidikan Islam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

14	Fakultas Ushuludin Dan Filsafat	Filsafat Politik
15	Fakultas Ushuludin Dan Filsafat	Filsafat Agama
16	Fakultas Ushuludin Dan Filsafat	Aklhaq Dan Tasawuf
17	Fakultas Ushuludin Dan Filsafat	Ilmu Aqidah
18	Fakultas Ushuludin Dan Filsafat	Perbandingan Agama
19	Fakultas Psikologi Dan Kesehatan	Psikologi
20	Fakultas Sains Dan Teknologi	System Informasi
21	Fakultas Sains Dan Teknologi	Matematika

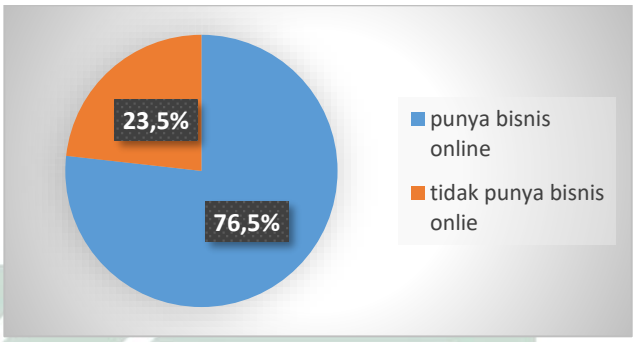
Sumbe: Hasil Olahan Data Penulis Melalui *Googleform*

Dengan adanya mata kuliah kewirausahaan dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk berwirausaha dengan menggunakan media online. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya mahasiswa yang mempunyai bisnis online, baik itu mahasiswa yang mendapatkan mata kuliah kewirausahaan ataupun mahasiswa yang tidak menerima mata kuliah kewirausahaan, sebanyak 102 responden menyatakan bahwa 76,5 % mempunyai bisnis online dan 23,5% tidak mempunyai bisnsi online. Artinya kebanyakan dari mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya banyak memiliki usaha bisnis online.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 1. 2

Diagram Kepemilikan Bisnis Online



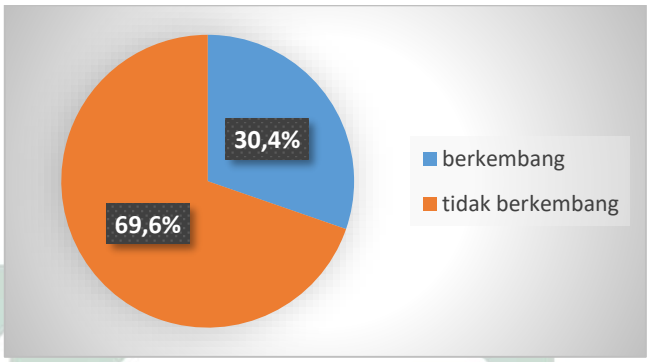
Sumber: Hasil Olahan Data Penulis Melalui *GoogleForm*

Akan tetapi dengan banyaknya akses yang mendukung untuk berwirausaha di era revolusi industri 4.0 masih banyak dan sering dijumpai kegagalan dalam berbisnis. Hal ini dibuktikan dengan presentase banyaknya bisnis online yang dimiliki mahasiswa tidak berkembang sebanyak 69,6% dan 30,4% menyatakan berkembang. Artinya ketidak berkembangan bisnis online pada kalangan mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya masih mendominasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 1.3

Diagram Perkembangan Bisnis Online



Sumber: Hasil Olahan Data Penulis Melalui *GoogleForm*

Tingkat kegagalan usaha kecil di indonesia mencapai 78% dan hampir 80%, perusahaan baru di Indonesia mengalami kegagalan pada 5 tahun pertama. Penelitian dari Universitas Tennessee pada tahun 2013 mengatakan bahwa 25% bisnis gagal setelah 1 tahun, kemudia berlanjut 35% setelah tahun kedua kegagalan ini lebih besar lagi ditahun ketiga yaitu 22%. Artinya jika ada10 bisnis maka hanya akan ada 2 sampai 3 bisnis yang akan bertahan setelah tahun ketiga.[11]

Maka dari itu, kegagalan bisnis online perlu mendapat perhatian lebih serta antisispasi yang sesuai sebab bisnis online mampu mendukung pengembangan ekonomi suatu negara. Sehingga penulis tertarik untuk menulis judul skripsi **"Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis**

[11] Yudhi Lazuardi, *"4 Alasan Utama 80% Bisnis Gagal di Tahun Ke-3"*, dalam https://www.exabytes.co.id/blog/4-alasan-utama-80-bisnis-gagal-di-tahun-ke-3/, diakses pada tanggal 9 Oktober 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Online (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)".

B. Identifikasi Masalah Dan Batasan Masalah :

1. Indentifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah diatas, dapat di identifikasi yang memunculkan beberapa permasalahan terkait faktor penyebab kegagalan bisnis online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya sebagai berikut:

1. Kurangnya pengetahuan akan pentingnya wirausaha
2. Tidak tertanam jiwa kewirausahaan
3. Tidak siap menghadapai revolusi industri 4.0
4. Kurang cakap dalam menangkap peluang baru
5. Sering melakukan kesalahan yang sama
6. Memiliki bisnis online yang sama atau jenis usaha yang sama
7. Banyak bisnis online yang tidak bertahan lama
8. Kurang antisipasi untuk menanggulangi kegagalan

2. Batasan Masalah

Melihat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi, maka peneliti membatasi penelitiannya dengan tiga masalah yaitu :

1. Faktor kegagalan bisnis online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Faktor dominan dalam mempengaruhi kegagalan bisnis online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan identifikasi pembatasan masalah maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Apa faktor penyebab kegagalan bisnis online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya ?
2. Apa faktor dominan yang mempengaruhi kegagalan bisnis online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya ?

D. Kajian Pustaka

Berikut merupakan uraian penelitian terdahulu yang dijadikan seagai referensi serta bahan perbandingan, guna memperjelas bahwa penelitian dengan judul **"Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis Online (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)"** bukan duplikasi dari penelitian yang sudah ada.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 1.2

Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
1	I Wayan Warttika (Juni 2015)[12]	Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Usaha Penerima Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) Di Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha Tahun 2013)	Kuantitatif Analisis Faktor	- Terdapat delapan faktor yang mempengaruhi kegagalan usaha penerima program mahasiswa wirausaha di undiksha tahun 2013, yaitu faktor kompeten dalam manajerial, faktor pengalaman, faktor keuangan, faktor perencanaan, faktor lokasi, faktor pengawasan, faktor sikap dan faktor peralihan atau transisi. - Faktor kompeten dalam manajerial, faktor pengalaman, dan faktor keuangan menjadi faktor paling dominan yang memiliki *variance explained* tertinggi yaitu masing-masing sebesar 28,793%, 21,459%, dan 13,790%, artinya total nilai *variance explained* dari ketiga faktor keseluruhan mampu mempengaruhi kegagalan usaha penerima pmw di undiksha tahun 2013 sebesar 64,042%
			Persamaan	- Variabel faktor kegagalan bisnis menjadi fokus penelitian
			Perbedaan	- Metode penelitian yang digunakan
2	Muhammad Yusril Ali dan Dr. David Sukardi Kodrat,	Faktor-Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis Pada Perusahaan Mitra Jaya Abadi	Kualitatif deskriptif, dengan menggunakan metode wawancara semi terstruktur	- Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor penyebab kegagalan bisnis pada perusahaan Mitra Jaya Abadi adalah strategi dan faktor komunikasi dalam perusahaan.

[12] I Wayan Wartika,"Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Usaha Penerima Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) di Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha Tahun 2013)", "*Jurnal Pendidikan Ekonomi-Universitas Pendidikan Ganesha*", Vol.3,No.1 (Juni 2015)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	M.M., CPM (Asia)[13]		dan dokumentasi.	
			Persamaan	- Variabel faktor kegagalan bisnis menjadi faktor penelitian - Metode penelitian
			Perbedaan	- Objek penelitian
3	Aditya Wisnu Hidayat[14]	Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Penyebab Kegagalan Usaha Pada Industri Tahu di Citeureup Kota Cimahi (Studi Kasus Pada Usaha di Kampung Sukaresmi Tahun 2014)	Deskriptif Kualitatif	- Faktor internal utama penyebab kegagalan usaha adalah lemahnya kompetensi wirausaha. Faktor ekstenal utama penyebab kegagalan usaha adalah tidak adanya kebijakan subsidi bahan baku kedelai langsung pada industri tahu di Kelurahan Citeureup Kota Cimahi
			Persamaan	- Metode penelitian - Variabel faktor kegagalan bisnis menjadi fokus penelitian
			Perbedaan	- Objek penelitian
4	Rida Srihadiantuti[15]	Analisis Faktor-Faktor Kendala Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausaha Baru	Kualitatif Deskriptif	- Faktor yang paling mempengaruhi kegagalan usaha baru para lulusan adalah kendala pada permodalan, pengalaman berwirausaha, manajemen pemasaran, kepemilikan usaha, perencanaan usaha, perekonomian, pengetahuan berwirausaha, manajemen operasi, hubungan dengan pemasok, analisis kelayakan

[13] Muhammad Yusri Ali dan Dr. David Sukardi Kodrat,"Faktor-Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis PadaPerusahaan Mitra Jaya Abadi","*PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis – Universitas Ciputra*", Vol.2, No.1, April 2017

[14] Aditya Wisnu Hidayat,"Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Penyebab Kegagalan Usaha Pada Industri Tahu di Kelurahan Citeureup Kota Cimahi (Studi Kasus Pada Usaha di Kampung Sukaresmi Tahun 2014)","*Jurnal e-Proceeding of Management*", ISSN: 2355-9357, Vol.2, No.1, April 2015

[15] Rida Srihadiastuti, "*Analisis Faktor-Faktor Kendala Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis*", (Skripsi – Universitas Telkom, Bandung 2018)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		Jawa Barat Kelas Ide Bisnis		usaha, transisi usaha, pesaing, motivasi berwirausaha, manajemen SDM, manajemen keuangan, hubungan dengan pelanggan.
			Persamaan	- Variabel kegagalan usaha menjadi fokus penelitian - Metode penelitian
			Perbedaan	- Objek penelitian
5	Nafa Ana Nur Maulidha[16]	Analisis Resiko Penyebab Kegagalan Proses Pada Produksi *Pe Protection* Tape Dengan Menggunakan Metode *Grey Failure Mode And Effect Analysis* (Studi Kasus di PT. Harapan Mulia Mandiri Tanggerang)	*Grey Failure Moded And Effect Analysis*	- Pada proses produksi *Pe Protection* tape di PT. Harapan Mulia Mandiri di dapatkan 17 potensi kegagalan dan setelah dilakukan perhitungan nilai RPN dengan menggunakan FMEA dan *grey theory* di dapatkan tiga potensi kegagalan yang memiliki nilai kritis dan perlu di prioritaskan yaitu kegagalan lipat, kuman dan sambungan tidak sampai dengan nilai GRPN sebesar 0,378; 0,400; dan 0,420
			Persamaan	- Variabel kegagalan bisnis menjadi fokus penelitian
			Perbedaan	- Metode penelitian - Objek penelitian

Sumber: Diolah Oleh Peneliti

Dari kajian penelitian terdahulu di atas, dapat dikatakan bahwa penelitian ini berbeda dengan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya dan bukanlah duplikasi maupun pengulangan dari penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini fokus bahasannya yaitu mengenai analisis faktor

[16] Nafa Ana Nur Maulidha, "*Analisis Resiko Penyebab Kegagalan Proses Pada Produksi PE Protection Tape Dengan Menggunakan Metode Grey Failure Mode and Effect Analysis*", (Skripsi – UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta 2018)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penyebab kegagalan bisnis online (studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya).

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada pada penelitian, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kegagalan bisnis online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
2. Untuk mengetahui faktor dominan dalam mempengaruhi kegagalan bisnis online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Adapun kegunaan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan informasi dan pengetahuan mengenai kegagalan bisnis, sumbangan pemikiran serta sebagai bahan masukan untuk mendukung dasar teori penelitian yang sejenis dan relavan serta dapat dijadikan sebagai referensi atau perbandingan untuk penelitian-penelitian yang selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penulis dapat menerapkan ilmu yang sudah di dapat di bangku perkuliahan sehingga dapat mengaplikasikan dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian dan menambah pengalaman serta pengetahuan terkait kegagalan bisnis.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau wawasan kepada masyarakat tentang kegagalan bisnis online serta dapat dijadikan evaluasi untuk pembenahan agar tercipta kesuksesan yang optimal dalam membangun maupun menjalankan bisnis online.

c. Bagi Pembaca / Pihak Lain

Penelitian ini dapat dijadikan bahan rujukan dengan permasalahan yang sama jika diperlukan dimasa yang akan datang.

G. Definisi Operasional

Untuk mempermudah dalam memahami skrispi ini, penulis akan mendefinisikan beberapa istilah , antara lain :

1. Analisis Faktor

Dalam Artikel yang ditulis oleh Estriana Fiwka dengan judul "4 Pengertian Analisis Faktor Menurut Para Ahli" menjelas bahwa analisis faktor adalah suatu teknik yang digunakan dalam mencari faktor-faktor yang dapat menjelaskan hubungan dari berbagai indikator guna untuk mengidentifikasi sejumlah faktor untuk menjelaskan sejumlah besar variabel yang saling berhubungan satu sama lain.[17] Sehingga analisis

[17] Estriana Fiwka, *"4 Penegrtian Analisis Faktor Menurut Para Ahli*", dalam https://www.masterpendidikan.com/2017/04/4-pengertian-analisis-faktor-menurut-para-ahli.html, diakses pada tanggal 15 Oktober 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

faktor juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan secara individu maupun *team work* untuk mengetahui suatu penyebab *problem* dalam peristiwa transaksi jual beli atau bisnsi yang sedang terjadi dan akibat yang ditimbulkan dari *problem* tersebut.

2. Kegagalan

Dalam skripsi yang ditulis oleh Rida Srihadiastuti yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor Kendala Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis" mengutip pengertian kegagalan dari Astamoen bahwa kegagalan adalah suatu hal yang manusiawi dan kegagalan itu salah (*failure*), tetapi bukan kesalahan (*mistake*) asalkan jangan gagal karena mengulangi hal yang sama. Jadikanlah kegagalan itu sebagai bahan evaluasi diri dalam hal melakukan proses selanjutnya untuk meraih sukses.[18] Dari pernyataan tersebut, kegagalan dalam menjadi seorang pengusaha atau pembisnis dapat diartikan sebagai suatu kegiatan atau peristiwa yang sedang dijalankan namun tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan dengan kata lain tidak berhasil dicapai,dan tidak memenuhi target.

[18] Rida Srihadiastuti, "*Analsisi Faktor-Faktor Kendala Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis*", (Skripsi – Universitas Telkom, Bandung 2018)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Bisnis Online

Menurut Arief Muhammad dalam kutipan artikelnya yang berjudul "Pengertian Bisnis Online" menyatakan bahwa bisnis online adalah suatu aktivitas bisnis yang semua kegiatannya dilakukan melalui media internet. Seperti promosi, transaksi jual beli, sampai dengan mengelola sumber daya yang diperlukan untuk menjalankan aktifitas bisnisnya.[19] Maka bisnis online dapat dikatakan sebagai transaksi jual beli yang dilakukan tidak harus bertatap muka secara langsung antara pembeli dan penjual, melainan bertemu dengan perantara teknologi informasi dan komunasi yang menerapkan konsep efektif dan efisien dalam proses transaksinya.

H. Metode Penelitian

Data penelitian ini menggunakan gambaran penelitian kualitatif yang dijelaskan sebagai berikut :

1. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Penelitan ini dilakukan saat skripsi disetujui hingga penelitian dianggap selesai oleh peneliti.

---

[19] Muhammad Arif Darmawan, "*Pengertian Bisnis Online*", dalam https://ariefdar.woedpress.com/2013/01/29/pengertian-bisnis-online/, diakses pada tanggal 30 Oktober 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Melalui penelitian kualitatif, peneliti dapat mengenali subjek dan merasakan apa yang mereka alami dalam kehidupan sehari-hari.[20]

Penelitian kualitatif adalah sarana untuk mengeksplorasi dan memahami makna individu atau kelompok yang berkaitan dengan sosial atau manusia. Proses penelitian ini melibatkan pertanyaan dan prosedur yang muncul; mengumpulkan data dalam pengaturan peserta; menganalisis data secra induktif; membangun mulai dari yang khusus hingga tema umum; dan membuat interprestasi makna data; laporan tertulis akhir memiliki struktur penulisan yang fleksibel.[21]

Sebagai penelitian deskriptif, penelitian ini berisikan deskripsi atau gambaran secara sistematis faktual, akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antara peristiwa atau fenomena yang diamati.

3. Sumber Data

Karena penelitian ini merupakan penelitian kualitatif maka dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah sebagai berikut :

---

[20] Evi Martha, Sudarti Kresno, *Metodologi Penelitian Kualititatif Dalam Bidang Kesehatan*, (Depok: Rajawali Press) 2017, hlm.2

[21] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualititatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta) 2017, hlm.14

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat langsung di lapangan oleh penulis, sedangkan data primer pada penelitian ini bersumber dari mahasiswa pelaku bisnis online Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya melalui wawancara mengenai bisnis online, observasi mengenai bisnis online yang dijalani baik itu produknya, proses pemasaran, serta tempat transaksi jual beli, dan analisis data dokumentasi baik secara langsung pada subjek peneliti maupun secara tidak langsung melalu social media subjek peneliti.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari penelitian atau sumber tertulis yang sudah ada sebelumnya. Data sekunder dapat diperoleh dari buku yang terkait tentang kewirausahaan, metode penelitian kualitatif, jurnal penelitian terkait tentang analisis faktor kegagalan dalam berbisnis, artikel tentang pendidikan berwirausaha, skripsi tentang analisis faktor kegagalan dalam berbisnis, dokumen atau gambar yang terkait tentang *marketplace*.

4. Tehnik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data merupakan hal yang penting dalam penelitian, oleh karena itu penulis harus terampil dalam mengumpulkan data agar memperoleh data yang valid dan relavan. Tehnik pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Wawancara

Wawancara adalah sebuah proses interaksi komunikasi yang dilakukan oleh setidaknya dua orang atau lebih, guna memperoleh keterangan atas dasar ketersediaan dan dalam *setting* alamiah, dimana arah pembicaraan mengacu kepada tujuan yang telah ditetapkan dengan mengutamakan *trust* sebagai landasan utama dalam proses memahami.[22] Maka dari itu, peneliti hendak melakukan wawancara untuk menggali informasi seputar bisnis online yang dijajlankan ataupun pernah dijalankan dengan mengajukan beberapa pertanyaan secara langsung kepada beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya terkait 1) mata kuliah kewirausahaan yang diberikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 2) penerapan mata kuliah kewirausahaan dengan bisnis online yang dilakukan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 3) bergerak dalam bidang apa saja bisnis online yang sedang dijalankan, berapa lama, serta kondisi terbaru bisnis online yang dijalankan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan

[22] Haris Herdiansyah, *Wawancara Observasi, dan Focus Grups Sebagai Intrument Penggalian Data Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Perss), 2015, hlm.31

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ampel Surabaya. Dan pertanyaan pendukung lainnya mengarah pada bisnis online.

b. Observasi

Observasi adalah kegiatan yang mana peneliti melibatkan dirinya secara langsung pada situasi yang diteliti secara sistematis mengamati berbagai dimensi yang ada termasuk interaksi, hubungan, tindakan kejadian, dan sebagainya.[23] Metode observasi atau pengamatan merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan.[24] Pengamatan dilakukan secara langsung pada kegiatan usaha yaitu bisnis online yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya baik itu produk yang diperjual belikan, proses pemasarannya, serta tempat melakukan traksaksi jual beli.

c. Dokumen

Dokumen meliputi materi atau bahan seperti: fotografi, video, film, memo, surat, *diary*, rekaman kasus klinis, dan sebaginya yang dapat digunakan sebgai bahan informasi penunjang, dan

---

[23] Sujoko Efferin, Stevanus Hadi Darmadji, Yuliawati Tan, *Metode Penelitian Akuntansi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu),2008, hlm.327

[24] M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media), 2017, hlm.165

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai bagian berasal dari kajian kasus yang merupakan sumber data pokok berasal dari hasil observasi partisipan dan wawancara mendalam. Dokumen dapat dipahami sebagai catatan tertulis yang berhubuungan dengan suatu peristiwa masa lalu, baik yang dipersiapkan maupun yang tidak dipersiapkan untuk suatu penelitian.[25] Hasil data tersebut berupa dokumen foto atau *sreencapture* dari bisnis online yang dimiliki mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, yang mana cara pengambilan datanya didapat baik secara langsung dari subjek penelitian atapun secara tidak langsung dari sosial media subjek peneliti

5. Tehnik Pengolahan Data

Pada penelitian kualitatif deskriptif, teknik analisis data merupakan proses memeriksa data dan menganalisis data yang terkumpul, *meriview* dan menginterprestasikan data yang terkumpul sehingga dapat menggambarkan dan menerangkan fenomena yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tehnik analisis model *Milles dan Huberman*. Dalam proses analisis data *Milles dan Huberman* atau bisa disebut dengan analisis data model alir memaparkan membagi menjadi tiga langkah, yaitu: (1)Reduksi data (*data reduction*); (2)Data display (*display data*); dan (3)Penarikan

[25] Ibid, hlm.199

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kesimpulan atau verifikasi.[26] Berikut penjelasan mengenai tiga langkah dalam proses analisis data model alir :

1. Tahap pertama yaitu reduksi data (*reduction data*). Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan mengoordinasikan data dalam satu cara, dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverivikasi. Tahap ini peneliti melakukan pengumpulan data yang diperoleh dari lapangan kemudian dituangkan dalam bentuk laporan terperinci. Data kemudian direduksi dengan memilih, dan memfokuskan data yang dilakukan dengan terus menurus selama proses penelitian berlangsung. Data yang diperoleh disederhanakan untuk memberikan kemudahan dalam penyajian dan penarikan kesimpulan.
2. Tahap kedua yakni displai data (*data display*). *Display data* adalah kumpulan informasi yang telah tersusun serta membolehkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dilakukan dengan cara mengelompokkan kategori dalam bentuk tertentu sehingga data tersebut dapat terlihat jelas. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui kesamaan data dengan permasalahan yang sedang

[26] Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M. Pd. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. (Jakarta-Kencana), 2014, hlm.407

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diteliti sehingga dapat menarik kesimpulan yang bersifat sementara.

3. Tahap kegita yakni pemerikasaan kesimpulan atau verivikasi. Pada tahap ini merupakan kegiatan utama dalam proses analisis data, dimana pada tahap ini peneliti melakukan penarikan kesimpulan atas temuan data yang telah dilakukan selama proses reduksi data sampai dengan *display data* yang saling berkaitan satu sama lain. Selanjutnya, peneliti *meriview* ulang proses pengolahan data dan penyajian data untuk memastikan tidak ada kesalahan yang telah dilakukan. Dengan demikian setelah dilakukannya reduksi data sampai dengan *display data* maka akan terjawab Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis Onlie (Studi Pada Mahasiswa Univeristas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya) yang bertujuan untuk melihat dan mengetahui faktor yang mempengaruhi kegagalan bisnis online pada lingkup mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

6. Tehnik Analisis Data

Data yang telah ditemukan berdasarkan kejadian dilapangan akan dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu analisis yang dilakukan dengan tahap awal mencari data lalu kemudian dilakukan pengumpulan data sampai dengan pengumpulan data secara mendalam, mulai dari pengamatan yang dilakukan dengan berdasarkan teori yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ada dan hasil dari permasalahan dilapangan akan dideskripsikan menggunakan kata-kata sampai dengan penyusunan laporan. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan objek penelitian secara tertulis, teratur, faktual, dan akurat terhadap fakta, sifat, serta hubungan antara peristiwa atau kejadian yang diamati dengan teori yang ada.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik deskriptif kualitatif dikarenakan peneliti melihat suatu peristiwa sosial yang terjadi secara alamiah, sehingga sesuai atau tidak sesuianya suatu data yang didapat saat dilapangan tersebut merupakan data berdasarkan peristiwa yang sebenarnya terjadi. Kemudian data tersebut diolah dan dianalisis menggunakan pola pikir yang bersifat induktif yang mana pola pikir tersebut adalah membiarkan permasalah-permasalah muncul berdasasrkan fakta yang ada dilapangan kemudian di tafsirkan lalu diteliti, dianalisis, dan disimpulkan sehingga pemecahan masalah atau solusi dapat berlaku secara umum.

Untuk menjamin dan mengembangkan validitas data yang dikumpulkan dalam penelitian ini, teknik pengembangan validitas data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu teknik triagulasi, yang mana juga digunakan pada penelitian ini. Selain itu, data base akan tetap disimpan agar dapat ditelusuri kembali bila dikehendaki. Triagulasi dilakukan dengan cara menanyakan masalah kepada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

beberapa informan sehingga akan diperoleh informasi yang sama atau hampir sama yang menjadi dasar dalam kesimpulan penelitian.[27]

7. Kerangka Berfikir

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat disusun kerangka berfikir tentang analisis faktor penyebab kegagalan yang berfokus pada bisnis online. Dalam skripsi yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor Kendala Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis" yang ditulis oleh Rida Srihadiastuti menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya kegagalan dalam berbisnis ialah kendala pada pemodalan, pengalaman berwirausaha, manajemen pemasaran, kepemilikan usaha, perencanaan usaha, perekonomian, pengetahuan berwirausaha, manjemen operasi, hubungan dengan pemasok, analisis kelayakan usaha, transisi usaha, pesaing, motivasi berwirausaha, manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, hubungan dengan pelanggan.[28] Mengacu pada skripsi tersebut, maka peneliti menggunakan enam belas variabel yang telah dipaparkan tersebut untuk menjadikan indikator kegagalan bisnis online dalam penelitian ini.

---

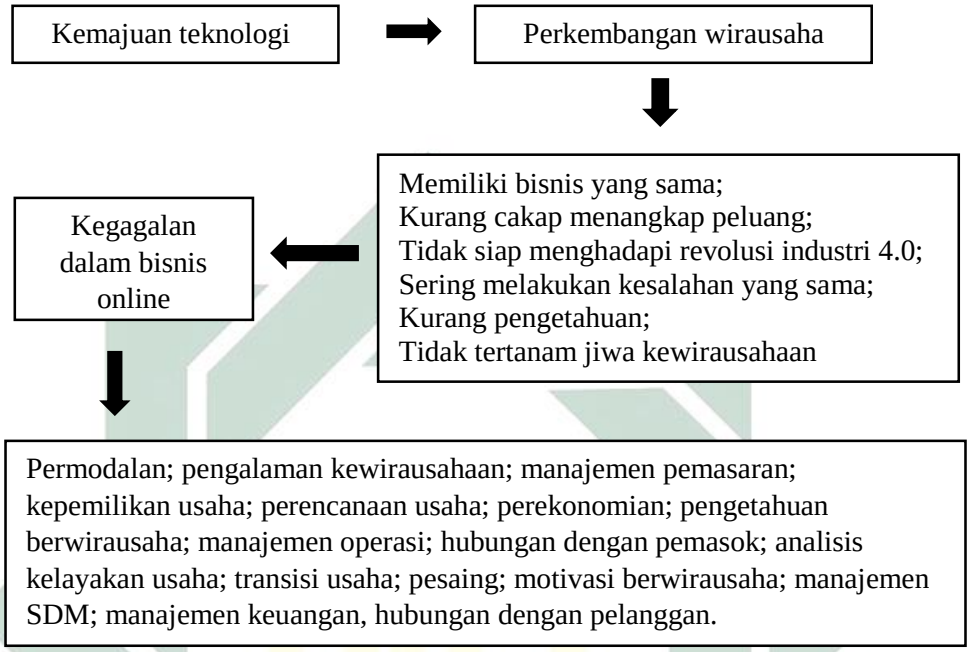
[27] M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media), 2017, hlm.322

[28] Rida Srihadiastuti, "*Analsisi Faktor-Faktor Kendala Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis*", (Skripsi – Universitas Telkom, Bandung 2018)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 1.4

Kerangka Berfikir



I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan hasil penelitian yang dituangkan dalam laporan karya tulis ilmiah berbentuk skripsi terdiri dari lima bab, diantaranya sebagai berikut :

1. Bab I Pendahuluan

   Memuat uraian tentang latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

2. Bab II Kerangka Teoritis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab ini memuat tentang kerangka teori yang berisi tentang penjelasan teori yang berkaitan dengan latar belakang penelitian, sebagai landasan atau komparasi analisis yang dilakukan dalam penelitian. Ditunjang dengan penelitian terdahulu dan dibatasi dengan lingkup penelitian.

3. Bab III Data Penelitian

Bab ini menguraikan tentang data penelitian yang berkaitan dengan variabel yang diteliti secara objektif, lengkap, dan jelas. Dalam bab ini akan menjelaskan gambaran umum objek penelitian yaitu Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya), baik itu faktor yang mempengaruhi secara dominan atau tidak, serta cara mengantisipasi kegagalan.

4. Bab IV Analisis Data

Bab ini memuat tentang analisis data dimana dalam bab ini mendiskripsikan tentang hasil dari penelitian dan pembahasan yang didapat selama proses penelitian berlangsung. Hasil penelitian ini berupa hasil wawancara dengan para narasumber melalui *GoogleForm* (formulir google), chat Whatsapp, dan dokumentasi hasil survei yaitu menjawab tentang faktor kegagalan bisnis online (studi pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Bab V Penutup

Sebagai penutup dalam bab terakhir memuat tentang kesimpulan dari seluruh hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dan saran yang diberikan pada pihak-pihak yang bersangkutan dari penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Bisnis Online

1. Pengertian Bisnis Online

Perkembangan teknologi yang pesat dan canggih membuat banyak perubahan terutama pada pola pikir dan sifat masyarakat, khususnya yang berada pada daerah perkotaan. Segala macam aktivitas yang dilakukan melibatkan internet serta membutuhkan teknologi informasi sehingga pada saat ini masyarakat dan internet tidak dapat dipisahkan. Terutama pada masyarakat yang menggunakan internet untuk aktivitas berbisnis. Pada zaman sekarang internet menjadi mekanisme komunikasi yang kuat guna memenuhi tuntutan ekonomi dan teknologi dalam memenuhi perubahan pasar, industry, dan bisnis.

Menurut Louis E. Boone yang dikutip oleh Eka Setiajatnika, Sari Sanubari, Ali Inggit Yulinar, Astri Nur Rahmawati dalam jurnal skripsi berjudul "Pengaruh Ifrs Terhadap Perwujutan Bisnis Yang Sehat di Indonesia" menyatakan bahwa bisnis merupakan seluruh aktivitas ataupun kegiatan dan usaja yang dilakukan untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi masyarakat (konsumen). Selain itu dalam jurnal yang sama penulis mengutip dari Griffin dan Ebert menyatakan bisnis sebagai aktivitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan dan diinginkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumen dapat dilakukan secara individu maupun kelompok (organisasi).[29]

Dari pengertian diatas bisnis dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang dijalankan secara individu maupun kelompok untuk menciptakan produk baik berupa barang atau jasa yang memilki nilai jual beli dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat (konsumen) sehari-hari untuk memperoleh laba selama proses transaksi jual beli berlangsung.

Karena perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih sekarang intermet dapat memfasilitasi penyempurnaan dalam pengelolahan transaksi bisnis online (*e-commerce*). *E-commerce* menurut Konzinets yang dikutip oleh Mahir Pradana dalam jurnalnya yang berjudul "Klarifikasi Jenis-Jenis Bisnis *E-Commerce* di Indonesia" dapat diartikan sebagai proses pembelian, penjualan, mentransfer, atau bertukar produk, jasa atau informasi melalui jaringan komputer dengan internet. Aktivitas bisnis secara *e-commerce* dapat memperluas dan menjangkau konsumen secara luas dengan lebih mudah serta proses transaksi yang dilakukan saat ini lebih modern dengan tersedianya transaksi online.[30]

---

[29] Eka Setiajatnika, Sari Sanubari, Ai Inggit Yulinar, Astri Nur Rahmawati, "Pengaruh Ifrs Terhadap Perwujudanya Bisnis Yang Sehat Di Indonesia", " Fairvalue: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan", P-ISSN 2622-2191, E-ISSN 2622-2205, Vol.1, No.2, Januari 2019

[30] Mahir Pradana, "klasifikasi jenis-jenis bisnis e-commerce di indonesia", Jurnal Neo-bis, Volume 9, No.2, Universitas Telkom Bandung, Desember 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Prinsip-Prinsip *E-Commerce*

Menurut Hoffman dan Fodor dalam jurnal skripsi yang sama , e-commerce dapat berjalan dengan baik ketika dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip yang memotivasi konsumen mengarah pada *return of investment* (ROI) perusahan, diukur dengan partisipasi katif seperti feedback atau review konsumen dan share atau merekomendaiskan kepada pengguna yang lain. Prinsip tersebut adalah prosisp 4C[31],diantaranya sebagai berikut :

a. *Connection* (koneksi)
b. *Creation* (penciptaan)
c. *Consumption* (konsumsi)
d. *Control* (pengendalian)

3. Dimensi Keberhasilan *E-Commerce*

Enam dimensi keberhasilan system infromasi menurut De Lone dan Mc Lean dikutip oleh Mahir Pradana dalam jurnal skripsi berjudul "Klarifikasi Jenis-Jenis *E-Commerce* di Indonesia" menyatakan dimensi yang diterapkan padal ingkungan *e-commerce* adalah sebbagai berikut:[32]

a. Kualitas sistem dalam lingkungan internet. Dimana karakteristik sistem *e-commerce* dapat diukur sesuai kegunaan,

[31] Ibid

[32] Jamal Maulana Hudin dan Dwiza Riana, "Kajian Keberhasilan Penggunaan Sistem Informasi Accurate Dengan Menggunakan Model Kesuksesan Sistem Informasi Delon Dan Mclean", Journal of Information System, Volume 12, Issue 1, STMIK Nusa Mandiri, April 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ketersediaan, kehandalan, kemampuan beradaptasi, dan waktu respon (misalnya, waktu download dan proses data).

b. Kualitas informasi dalam menangkap isu konten *e-commerce*. Jaringan konten harus lengkap, relevan, mudah dimengerti, dan aman jika calon pembeli atau pemasok memulai transaksi melalui internet.

c. Kualitas layanan, dukungan keseluruhan disampaikan oleh penyedia layanan, terlepas dari apakah dukungan tersebut disampaikan oleh departemen sistem informasi atau unit organisasi baru atau mungkin secara *out sourcing* ke penyedia layanan internet.

d. Penggunaan, diukur dari kunjungan ke situs web dan navigasi dalam situs tersebut untuk pencarian informasi dan pelaksanaan transaksi.

e. Kepuasan pengguna, ini merupakan cara penting untuk mengukur pendapat pelanggan dalam sistem *e-commerce* dan harus mencakup seluruh yang pengalaman pelanggan dalam siklus pembelian, pembayaran, sampai penerimaan produk maupun layanan.

f. Manfaat ini juga penting, karena penting untuk menangkap keseimbangan dampak positif dan negatif dari *e-commerce* pada pelanggan, pemasok, karyawan, organisasi, pasar, industri, ekonomi, dan bahkan masyarakat secara keseluruhan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Tipe *E-Commerce*

Menurut Turban dan Volonino yang dikutip oleh Michelle Soeryatmadja dab Paulina Permatasari dalam jurnal berjudul "Pengendalian Internal Siklus Pendapatan Bisnis Online Situs BB.Com"[33]membagi *E-commerce* menjadi beberapa tipe bisnis yaitu :

a. *Business-to-business* (B2B) pada tipe ini, penjual dan pembeli sama-sama merupakan perusahaan besar.
b. *Business-to-consumers* (B2C) pada tipe ini penjual produk adalah sebuah perusahaan sedangkan pembeli adalah konsumen individual.
c. *Consumers to business* (C2B) pada tipe ini konsumen memiliki kebutuhan akan produk atau jasa dan perusahaan-perusahaan akan saling bersaing untuk dapat menyediakan kebutuhan produk dan jasa yang diinginkan oleh konsumen.
d. *Government-to-citizens* (G2C) *and to others* pada tipe ini, pemerintah menyediakan jasa pada warganya melalui teknologi. Pemerintah bisa melakukan bisnisnya dengan pemerintah negara lain (G2G) dan dengan perusahaan-perusahaan terkait (G2B).
e. *Mobile commerce (m-commerce) Mobile commerce* muncul ketika *e-commerce* dilakukan dengan menggunakan alat tanpa

[33] Michelle Soeryaatmadja dan Paulina Permatasari, "Pengendalian Internal Siklus Pendapatan Bisnis Online Situs BB.Com", Jurnal Bina Ekonomi, Volume.19, Nomor.1, Universitas Katolik Parahyangan ,2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kabel, seperti telepon genggam yang digunakan untuk mengakes internet.

5. Klasifikais Bisnis *E-Commerce* di Indonesia

Dikutip dari situs techinsasia.com klasifikasi bisnis *e-commerce* di Indonesia sebagai berikut:[34]

a. *Listing* atau iklan baris :

Berfungsi sebagai sebuah *platform* yang mana para individu dapat memasang barang jualan mereka secara gratis. Pendapatan diperoleh dari iklan premium. Jenis iklan baris seperti ini cocok bagi penjual yang hanya ingin menjual barang dengan kuantitas dalam jumlah kecil atau sedikit.

b. *Online Marketplace* :

Model bisnis dimana *website* yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, melainkan juga memberikan fasilitas transaksi uang secara online.

c. *Shopping Mall* :

Model bisnis ini sama dengan *market place*, akan tetapi penjual yang bisa berjualan disana haruslah penjual atau brand ternama karena proses verifikasi yang ketat.

[34] Dalam http://id.techinasia.com, diakses pada tanggal 4 Januari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Toko *Online* :

Model bisnis ini cukup sederhana, yakni sebuah toko online dengan alamat *website* (domain) sendiri di mana penjual memiliki stok produk dan menjualnya secara online kepada pembeli.

e. Toko *Online* di Media Sosial :

Banyak penjual di Indonesia yang menggunakan situs media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram, dll untuk mempromosikan barang dagangan mereka guna memperluas jangkauan pasar.

f. Jenis-jenis *Website Crowdsourcing* dan *Crowdfunding* :

Website dipakai sebagai *platform* untuk mengumpulkan orang-orang dengan kemampuan yang sama atau untuk penggalangan dana secara online.

6. Keuntungan *E-Commerce*

E-commerce memberikan beberapa keuntungan Menurut Turban dan Volonino yang dikutip oleh Michelle Soeryaatmadja dan Paulina Permatasari dalam jurnal berjudul "Pengendalian Internal Siklus Pendapatan Bisnis Online Situs BB.Com"[35] menyatakan keuntungan menggunakan *e-commerce* adalah:

[35] Michelle Soeryaatmadja dan Paulina Permatasari, "Pengendalian Internal Siklus Pendapatan Bisnis Online Situs BB.Com", Jurnal Bina Ekonomi, Volume 19 Nomor 1, Universitas Katolik Parahyangan, 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Sisi perusahaan:
    a. Mengembangkan pasar perusahaan baik pasar dalam negeri maupun luar negeri. Perusahaan dapat mengetahui konsumen yang cocok untuk perusahaan, pemasok yang baik, dan mitra bisnis yang cocok bagi perusahaan.
    b. Memungkinkan perusahaan untuk memperoleh bahan baku dan jasa dari pemasok dengan lebih cepat dan dengan biaya lebih rendah.
    c. Mengeliminasi saluran distribusi pemasaran sehingga biaya produk bisa menjadi lebih kecil.
    d. Menurunkan biaya pembuatan, pemrosesan, penyaluran, penyimpanan dan pencarian informasi karena dengan *e-commerce* segalanya sudah secara digital tidak perlu lagi manual.
    e. Memungkinkan persediaan yang lebih rendah dengan menggunakan fasilitas *pull-type supply chain management*, yaitu sistem pembelian bahan baku yang dilakukan hanya ketika ada permintaan konsumen.
    f. Menurunkan biaya telekomunikasi karena biaya internet dinilai lebih murah.
    g. Membantu bisnis kecil bersaing dengan perusahaan besar.
    h. Memungkinkan adanya ceruk pasar yang sangat khusus.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Sisi konsumen:
    a. Memberikan akses yang lebih mudah untuk membeli produk dan jasa dengan harga yang paling murah dengan cara membandingkan harga antar produk dan jasa.
    b. Memberikan konsumen lebih banyak pilihan produk dan jasa.
    c. Memungkinkan konsumen membeli produk atau jasa dimanapun kapanpun mereka berada.
    d. Menyediakan informasi mengenai produk dan jasa yang relevan dan detail dalam waktu yang singkat.
3. Sisi masyarakat:
    a. Memungkinkan seseorang untuk bekerja di rumah dalam mengelola bisnisnya sehingga kemacetan bisa diminimalisasir dan polusi udara dapat berkurang.
    b. Memungkinkan produk dan jasa dijual dengan harga yang lebih murah sehingga masyarakat dapat mengeluarkan biaya yang lebih kecil dari pada harus membeli di gerai toko orisinil.

7. Kekurangan *E-Commerce*

Selain memiliki keuntungan tersebut di atas, *e-commerce* juga tidak lepas dari kekurangan kekurangan. Menurut Turban dan Volonino yang dikutip oleh Michelle Soeryaatmadja dan Paulina Permatasari dalam jurnal berjudul “Pengendalian Internal Siklus Pendapatan Bisnis Online

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Situs BB.Com"[36] menyatakan bahwa kekurangan-kekurangan *e-commerce* adalah :

a. Tidak adanya standar yang jelas mengenai kualitas produk.
b. para calon konsumen diharuskan memiliki internet untuk bisa mengakses situs-situs yang menawarkan produk dan jasa.
c. Produk yang dijual melalui *e-commerce* yang terkait dengan masalah hukum
d. Kurangnya standar regulasi dari pemerintah baik secara nasional maupun intenasional
e. Adanya konsumen yang masih belum bisa percaya belanja melalui bisnis online sehingga membatasi penjualan produk yang ditawarkan.

B. Kegagalan Bisnis

1. Pengertian Kegagalan Bisnis

Segala sesuatu yang dijalankan tidak selalu menuai keberhasilan, ada banyak tahap yang harus dilalui untuk menemukan titik keberhasilan. Salah satunya ialah melalui tahap kegagalan, dimana semua orang pernah mengalaminya dalam kehidupnya baik itu dalam karir dan bisnis. Kegagalan usaha menurut Astamoen yang dikutip oleh Rida Srihadiastuti dalam jurnal skripsi yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor Kendala Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis"

[36] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengemukakan bawa kegagalan adalah hal yang manusiawi dan kegagalan itu salah (*failure*), tetapi bukan kesalahan (*mistake*), asalkan jangan gagal karena mengulangi hal yang sama. Jadikanlah kegagalan itu sebagai bahan evaluasi diri dalam rangka melakukan proses selanjutnya untuk meraih sukses.

Berbagai bentuk kegagalan diantaranya tidak tercapainya tujuan seperti yang direncanakan semula, kalah, rugi, bangkrut, batal, tertipu, terperdaya, terkecoh, celaka, ditolak, disisihkan, diabaikan, tidak lulus, dan tidak ada kemajuan. Tingkat kegagalan/mortalitas usaha kecil di Indonesia mencapai 78%. Dan hampir 80% perusahaan baru di Indonesia gagal pada 5 tahun pertama. Menurut Hubeis dan Edy yang dikutip oleh Rida Srihadiastuti Dalam jurnal skripsi yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor Kendala Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis".[37]

Kegagalan bisnis (*business failure*) cenderung tidak konsisten dalam berbagai studi empiris. Sejumlah definisi operasional yang digunakan meliputi kebangkrutan (*bankruptcy*), *cash insolvency, distress, stock exchange delisting*, dan seterusnya menurut Kuruppu, Laswad & Oyelere yang dikutip oleh Fandy Tjiptono dalam jurnal Manajemen

[37] Rida Srihadiastuti, "*Analisis Faktor-Faktor Kendala Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis*", (Skripsi – Universitas Telkom, Bandung 2018)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indonesia dengan judul "Kewirausahaan, Kinerja Keuangan, dan Kelanggengan Bisnis". Empat kategori bisnis dinyatakan gagal menurut Liao yang dikutip oleh Fandy Tjiptono dengan jurnal dan judul yang sama mengidentifikasi setidaknya empat kategori definisi business failures, yakni:[38]

a. *discontinuance/exit,*
b. *bankruptcy,*
c. *loss-cutting, dan*
d. *inadequate earning.*

2. Faktor Kegagalan Bisnis

Menurut Suparyanto yang dikutip oleh Rida Srihadiatuti dalam judul "Analisis Faktor-Faktor Kendala Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis" Kelemahan yang paling pokok yang dialami oleh sebagian besar usaha kecil adalah pada aspek manajemen.[39] Beberapa kelemahan umum yang sering terjadi pada aspek manajemen dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

---

[38] Fandy Tjiptono, "Kewirausahaan, Kinerja Keuangan, dan Kelanggengan Bisnis", Jurnal Manajemen Indonesia, Volume 15 Nomor 1, Schoolof Business, Monash University Malaysia. April 2015.

[39] Rida Srihadiastuti, "*Analisis Faktor-Faktor Kendala Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis*", (Skripsi – Universitas Telkom, Bandung 2018)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Kelemahan Aspek Manajemen Pemasaran

   a. Hanya memasarkan produk ke satu pasar.

      Menjual produk yang dihasilkan hanya pada satu pasar akan berbahaya untuk keberlangsungan hidup bisnis, karena pada saat psara sudah mendapatkan sumber produk lain. Maka, secara sepihak pasara tersebut dapat menghentikan pesanan dari pengusaha bisnis kecil yang bersangkutan tersebut.

   b. Kelemahan riset pemasaran

      Riset pasar dapat memberikan suatu informasi mengenai perilaku konsumen pada daerah tertentu, daya beli konsumen, sttrategi yang digunakan pesaing, dan informasi lainnya. Para pelaku bisnis sering mengabaikan pentingnya riset pemasran, mereka mengambil keputusan tampa melakukan riset pasar terlebih dahulu. Akibatnya kerugian yang dialami para pembisnis kerena mengabaikan riset pasar.

   c. Terlalu mudah untuk menjual secara kredit.

      Pembayaran yang dilakukan konsumen secara kredit akan menganggu jalannya bisnis kita, karena pengeluaran lebih banyak dan pemasukan yang didapat lebih sedikit yang mengakibatkan proses perputaran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

uang tidak berlajalan dengan lancar dan dapat menimbulkan kerugian.

d. Menjual produk tidak sesuai pesanan

Ketika koonsumen merasa kecewa saat menerima produk yang dipesan maka dapat berimbas buruk kepada pembuatnya. Konsumen tidak akan segan melakukan complain atau bahkan mengembalikan barang tersebut dan menuntut uangnya kembali.

e. Melebihi batas waktu yang disepakati

Para pembisnis tidak akan mendapat kepercayaan dari pemasok bahan baku jika pembayaran terhadap bahan baku sering terlmbat akibat nya ialah tidak kepercayaan dari pelanggan dalam proses penyelesaian produk yang dipesan melewati waktu yang telah disepakati bersama antara penjual dan pembeli.

f. Menjual hanya satu jenis produk

Setiap manusia berbeda begitupun dengan kemauan konsumen yang beragam dan berubah-ubah dari waktu ke waktu sehingga hal tersebut dapat menimbulkan kerugian bagi para pembisnis jika padasaat konsumen cenderung kepada produk lain. Pembisnis harus memberikan inovasi produk baik yang berkaitan dengan produk utama ataupun tidak.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Kelemahan Aspek Manajemen Operasi

   a. Teknologi yang digunakan relatif sederhana

      Dari segi peralatan yang digunkana relatif sederhana akan berpengaruh pada kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan. Kualitas produk cenderung rendah jika dibandingkan dengan pembisnis yang menggunakan peratan atau mesin yang modern.

   b. Skala produksi yang rendah

      Penggunaan peralatan yang sederhana mempengaruhi jumlah produk yang dihasilkan. Kerena pada umumnya jumlah produksi yang dihasilkan oleh pembisnis kecil relative rendah.

   c. Biaya produksi tinggi

      Sudah hukum ekonomi, jika skala produksi suatu produk sedikit, maka konsekuensinya harga pokok produksi per unit menjdi tinggi. Hal in serupa dengan apa yang dialami oleh para pembisnis online dimana saat skala produk yang dipesan sedikit akibat nya terjadi harga pengiriman yang tinggi.

3. Kelemahan Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

   a. Sulit untuk mengatakan tidak

      Banyak para pembisnis yang terlalu banayk pertimbangan saat harus menetapkan suatu keputusan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bagi keryawannya. Dia mengetahui kelalaian yang dilakukan oleh karyawannya tetapi untuk menegurnya secara tegas ataupun memberi sanksi kepada karyawab tersebut tidak mampu dengan alasan kasihan, tidak tega, dan lain sebagainya. Namun alasan paling sering ialah secara kebeulan karyawan tersebut memiliki ikatan saudara, teman atau tetangga, dan lain lain.

b. Unsur keluarga masih sangat dominan

Jika seorang pembisnis sudah dihadangkan dengan urusan bisnis yang berkaitan dengan kepentingan keluarga maka rasa yang muncul ialah dilemma. Masalah yang ditemukan ialah mana yang harus didahulukan mengesampingkan keluarga untuk bisnis atau mengesampinkan bisnis untuk keluarga. Tidak sedikit pembisnis yang mengesampinkan bisnis untuk keluarga walaupun akan mebahayakan atau merugikan bisnisnya.

c. Semua tugas dilakukan sendiri

Banyak pembisnis yang melakukan semua aktivitas bisnisnya secara sendiri mulai dari perencanaan, pelaksanaan, sampai denagn pengendalian dikerjakan denagn tumpuan pada kemauannya sendiri. Hanya sedikit bagian dari tugas, wewenang, dan tanggung

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jawab yang diberikan pada karyawannya. Keuntungannya iala pemilik bisnis memilki kepuasan dan keuntungan finansial yang diperoleh olah bisnisnya dinikmati sediri. Tetapi jika perusahaan mengalami kerugian atau kemunduran sebenarnya itu adalah kesalahannya.

d. Tidak mampu menanggapi umpan balik

Seharusnya pihak yang mengelola harus mengerti dan menjadikan tanggapan dari pihak lain sebagai umpan baik bisnis yang dijalankannya untuk mencapai keuntungan dan kesinambungan binisnya.

4. Kelemahan Aspek Manajemen Keuangan

a. Tidak ada pemisah harta perusahaan dan harta pribadi.

Ketika kebutuhan pribadi menuntut untuk terpenuhi maka akan muncul keinginan pribadi dari seorang pembisnis mengambil harta yang merupakan harta atau modal bisnisnya. Dengan kata lain asset yang digunakan untuk bisnis digunakan juga sebagai urusan pribadi. Jika hal tersebuut terjadi berulang kali dalam jumlah yang besar,maka bisnis yang dijalankan tinggal menunggu waktu kebangkrutan saja.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Tidak melakukan pencatatan

Kegiatan paling utama dalam keseharian aktivitas suatu bisnis ialah pencatatan, dengan pencatatan banyak keuntungan yang didapat yaitu sebagai alat pereencanaan, tolak ukur kinerja bisnis, laporan tertulis bisnis dan menjadi syarat pengajuan kredit.

c. Besarnya piutang yang tidak tertagih

Banyak faktor penyebab piutang yang tidak tertagih. Penyebab itu bisa muncul dari perusahaan juga apabila pemilik bisnis tidak melakukan pencatatan sehingga lupa kepada siapa telah melakukan penjualan secara kredit. Maka akibantnya pemilik bisnis tidakbisa menagih sama sekali. Walaupun tahu hutang konsumen tapi pemilik bisnis tidak tahu besaran hitang konsumen secara pasti maka konsumen dapat saja mebayar lebih rendah dari yang seharusnya dibayar. Faktor lain juga disebabkan dari pemilik bisnis yang malas atau enggan menagih piutang kepeda konsumen tertentu karena masih bersangkutan hubungan keluarga, saudara, teman atau pejabat tertentu dan sebagainya. Disisi lain tidak ada niat baik membayar utang atau mengundur waktu pembayaran dan menunggu sampai ada manusia yang menagih.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Mengabaikan anggaran penyusutan

Aggaran penyusutan merupakan jumlah uang yang harusnya disiskan untuk ditabung dari jumlah pendapatan yang diperoleh secara berulang-ulang dalam jangka waktu tertentu mempersiapkan penggantian atau pembelian suatu mesin atau peralatan tertentu. Dengan mesin sudah tidak dapat dipergunakan lagi bagi aktivitas produksi, perusahaan sudah memiliki cukup dana untuk membeli peralatan atau mesin yang baru.

e. Mengabaikan penghargaan untuk diri sendiri.

Kita harus bisa membedakan posisi dalam bisnis yang dikelolah serta jabatan yang dirangkap sebagai direktur dan juga pemilik. Sebagai pemilik pembisnis berhak mendapatkan keuntungan dari bisnisnya. Disamping itu posisinya sebagai direktur berhak mendapatkan gaji. Tidak jarang bahwa posisi direktur tidak diberikan kompensasi dengan alasan bisnis tersebuut miiknya. Hal ini merupakan kekeliruan karena bagaimanapun seorang direktur harus diberikan gaji. Setelah gaji diterima seorang direktur, uangnya dapat digunakan untuk kepentingan pribadi, keluarga, social, dan lain-lain. Tidak menutup kemungkinan uang yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

didapat digunakan untuk menambah dan memperkuat modal .

Menurut Machfoedz dan Mahmud yang dikutip oleh Rida Srihadiastuti dalam skripsi yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor Kendala Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis" menyatakan bahwa setiap orang memulai bisnis baru senantiasa bersikap optimis. Tetapi optimisme itu pudar bersama dengan kegagalan usaha. Ini terjadi pada dua tahun pertama. Hanya sekitar 20% perusahaan-perusahaan baru yang mampu bertahan.

Banyak alasan yang dikemukakan oleh para usahawan pemula sehubungan dengan kegagalan mereka, seperti terlalu banyaknya pesaing, tingkat bunga bank yang tinggi, perekonomian yang tidak menentu, dan berbagai alasan lain. Meskipun demikian, sebenarnya alasan utama kegagalan usaha mereka adalah kesalahan manajemen yang mereka terapkan. Faktor lain penyebab kegagalan usaha kecil menurut Machfoedz dan Mahmud adalah sebagai berikut :[40]

1. Penetapan harga produk terlalu rendah
2. Estimasi waktu yang kurang tepat
3. Memulai usaha dengan modal terlalu kecil
4. Memulai usaha dengan modal besar tetapi tidak cermat dalam penggunaan

[40] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Kurang pengalaman dan tidak memulai dengan mempelajari sesuatu tentang perusahaan
6. Meminjam uang tanpa perencanaan tentang cara dan waktu pengembaliannya
7. Berusaha melakukan terlalu banyak usaha dengan modal yang terlalu kecil
8. Membeli komoditas terlalu banyak dengan cara kredit
9. Menawarkan kredit dengan persyaratan yang terlalu longgar
10. Mengembangkan kredit terlalu cepat
11. Tidak melakukan pencatatan dengan lengkap dan akurat, sehingga terperangkap dalam kesulitan tanpa disadari
12. Membawa sifat pribadi yang boros dalam usaha Wirausahawan yang menemui kegagalan jauh lebih banyak dari pada mereka yang berhasil.

Menurut Arasti et.al yang dikutip oleh Muhammad Yusri Ali dan Dr. David Sukardi Kodrat, M.M., CPM (Asia) dalam judul "Faktor-Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis Pada Perusahaan Mitra Jaya Abadi" faktor yang menyababkan kegagalan bisnis dapat diukur melalui beberapa faktor yaitu situasi ekonomi, kebijakan ekonomi, perkembangan teknologi, faktor sosial, hubungan dengan pelanggan, hubungan dengan *supplier*, intensitas pesaing, pengelolahan yang buruk pada bank, kecelakaan, kekurangan motivasi, kurangnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keterampilan, kurangnya kemampuan, karakteristik yang buruk, *executive isuue, partnership,* strategi dan investasi, dan *staffing*.[41]

Menurut Zimmerer yang dikutip oleh I Wayan Wartka dalam judul "Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Usaha Penerima Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) di Universitas Pendidikan Ganesha (UNDIKSHA TAHUN 2013) mengemukakan beberapa faktor-faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usaha barunya yaitu :[42]

1.) Tidak kompeten dalam manajerial

    Tidak memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam mengelola usaha merupakan faktor utama penyebab perusahaan kurang berhasil.

2.) Kurang berpengalaman

    Baik kemampan dalam teknik, kemampuan menkoordinasikan, dan kemapuan lainnya yang mendukung dalam pengelolahan usaha.

3.) Pengendalian keuangan yang buruk

    Agar perusahaan dapat berjalan dengan baik maka harus menjaga kesehatan keuangan dalam perusahaan. Perusahaan

---

[41] Muhammad Yusri Ali Dan Dr. David Sukardi Kodrat,M.M.,Cmp(Asia), "Faktor-Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis Pada Perusahaan Mitra Jaya Abadi", "Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis", Volume.2, Nomer.1, April 2017: 124-131

[42] I Wayan Wartika, "Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Usaha Penerima Program Mahasiswa (Pmw) Di Universitas Pendidikan Ganesha (Undhiksha) Tahun 2013", "Ekuitas – Jurnal Pendidikan Ekonomi", Vol.3. No.1, Juni 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang tumbuh dengan cepat dalam menghabiskan uang kasnya, system kredit yang bruuk, praktik penagihan hutang yang buruk, kebiasaan belanja tidak disiplin merupakan faktor umum penyebab banyaknya keuangan perusahaan tidak lancardan memicu terjadinya kebangkrutan.

4.) Gagal dalam perencaan strategis

Tampa strategi yang ditentukan denagn jelas, perusahaan tidak memiliki dasar yang berkesinambungan dalam menciptakan dan memelihara keunggulan bersaing dipasar.

5.) Lokasi yang kurang memadai

Tempat atau lokasi yang digunakan dalam menjalankan bisnis sangat menentukan kelancaran bisnis yang dijalankan. Salah memilih, membangun, ataupun membuka tempat bisnis dapat membuat bisnis kandas karena kesalahan tersebut.

6.) Kurangnya pengawasan peralatan

Pengawasan berkaitan dengan efesien dan efektivitas, kemampuan dalam pengadaan, pemeliharan,pengawasan bahanbaku da peralatan yang dimiliki sangatlah penting, jika tidak memiliki kemampuan tersebut membuat biaya operasional semakin tinggi dan akna terjadi kerugian

7.) Sikap yang kurang bersungguh-sungguh dalam berusaha

Sikap yang setengah-setengah dalam menjalankan usaha yang dilakukan membuat usaha menjadi labil atau tidak konsisten dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

gagal. Dengan sikap setengah hati, kecenderungan gagal akan lebih besar. Keberhasilan seorang wirausaha bisa diperoleh apabila mampu percaya diri, dan selalu optimis dalam menjalankan usahanya.

8.) Ketidak mampuan membuat peralihan kewirausahaan

Wirausha yang tidak siap mengahadapi peruabahan maka bisnis yang dijalankan tidak memiliki kepastian untuk berhasil.

9.) Penepatan harga yang tidak tepat

Untuk menapkan harga produk harus memperhatikan biaya untuk membuat,memasarkan, serta mendistribukian produk dan jasa. Banyak wirausaha menetapkan harga berdasarkan harga yang ditetapkan pesaingnya dan menjual kulitas produk terbaik dengan harga rendah.

10.) Pertumbuhan yang tak terkendali

Pertumbuhan haruslah terencana dan tekendali hal itu dikarenakan cenderung meningkatnya berbagai masalah dengan keberkembangan perusahaan, sehingga manajer harus belajar memahami masalah-masalah tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

DATA PENELITIAN

A. Gambaran Umum UIN Sunan Ampel Surabaya

1. Profil Umum UIN Sunan Ampel Surabaya

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (UINSA) diresmikan pada tanggal 1 Oktober 2013, Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel (IAIN) berubah menjadi UIN Sunan Ampel Surabaya (UINSA) berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 65 Tahun 2013. Universitas islam negeri sunan ampel Surabaya terletak di Jl. Ahmad Yani No.117, Jemur Wonosari, Kec. Wonocolo, Kota Surabaya, Jawa Timur. Pada saat ini Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya memiliki 9 fakultas sarjana dan pascasarjana, serta 44 program studi (33 program sarjana, 10 program magister, dan 4 dokter).[43]

2. Visi, Misi, dan *Tagline* UIN Sunan Ampel Surabaya

a) Visi UIN Sunan Ampel Surabaya

"menjadi universitas islam yang unggul dan kompetitif bertaraf internasional"

b) Misi UIN Sunan Ampel Surabaya

1. Menyelenggarakan pendidikan ilmu-ilmu keislaman multidisipliner serta sains dan teknologi yang unggul dan berdaya asing

[43] Dalam https://w3.uinsby.ac.id/informasi/, diakses pada tanggal 15 Januari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Mengembangkan riset ilmu-ilmu keislaman multidisipliner serta sains dan teknologi yang relavan dengan kebutuhan masyarakat
3. Mengembangkan pola pemberdayaan masyarakat yang religious berbasis riset

c) *Tagline* UIN Sunan Ampel Surabaya

Building character qualities: for the smart, pious, honourable nation

3. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) merupakan salah satu fakultas yang ada di UIN Sunan Ampel Surabaya yang berdiri sejak tahun 2014. Untuk saat ini, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mempunyai 5 program studi, yaitu: Ekonomi Syariah, Akuntansi, Manajemen, Ilmu Ekonomi, dan Manajemen Zakat Wakaf.[44]

Tabel 3.1

Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi	TMT SK Ijin Operasional	Akreditasi
Manajemen	27/9/2013	B
Akuntansi	27/9/2013	B
Ilmu Ekonomi	27/9/2013	B
Ekonomi Syariah	14/4/2009	A

[44] Dalam https://w3.uinsby.ac.id/akreditasi/, diakses pada tanggal 15 Januari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

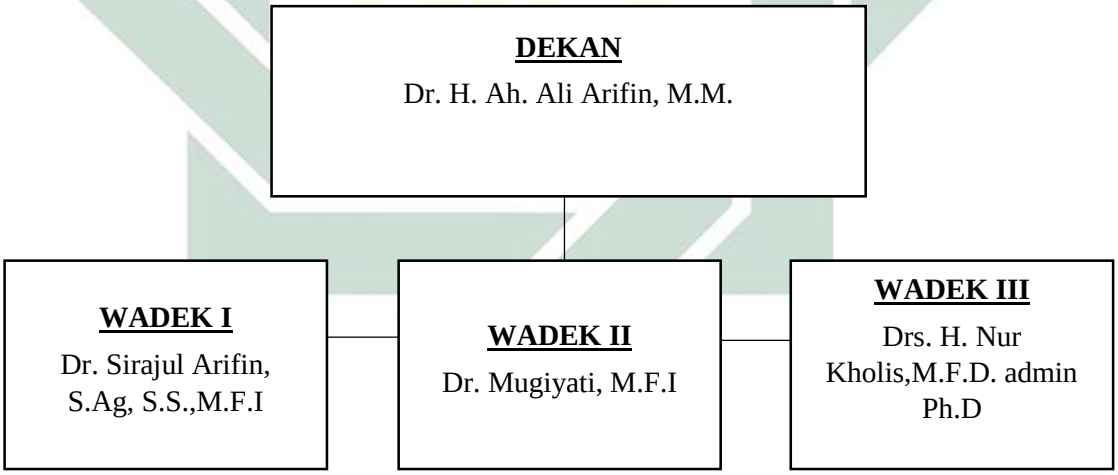
Manajemen Zakat Wakaf	11/3/2015	B

4. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dalam struktur organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2019, pimpinan tertinggi dipimpin oleh dekan, kemudian wakil dekan I bidang akademik dan kelembagaan, wakil dekan II bidang administrasi umum perencanaan dan keuangan, dan wakil dekan III bidang kemahasiswaan dan kerjasama.[45]

Gambar 3.1

Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2019



[45] Dalam http://febi.uinsby.ac.id/?page_id=746, diakses pada tanggal 15 Januari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

a. Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

"Menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Yang Unggul Dan Kompetitif Bertaraf Internasional Dalam Mencetak Sumber Daya Insani Yang Berbudi Luhur".

b. Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran di bidang ekonomi, ekonomi syariah, dan bisnis Islam yang unggul, kompetitif, kreatif, inovatif, dan berdaya saing.
2. Mengembangkan riset di bidang ekonomi, ekonomi syariah, dan bisnis Islam yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.
3. Mewujudkan pola pemberdayaan ekonomi masyarakat yang religious berbasis riset.

B. Gambaran Umum Informan

Penelitian ini dilakukan di Univeristas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, dengan subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Kriteria narasumber tersaji pada tabel dibawah ini :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 3.2

Kriteria Narasumber

No	Kriteria Narasumber
1	Mahasiswa/mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya
2	Pernah mendapat matakuliah kewirausahaan
3	Pernah mendirikan bisnis online sebelum ataupun sesudah mendapatkan pengetahuan dengan matakuliah kewirausahaan
4	Pernah mengalami kegagalan dalam bisnis online, bisnis tersebut tidak jalan dan berhenti hingga sekarang
5	Menggunakan media online dalam pemasarannya

C. Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis Online

Kemajuan teknologi pada era revolusi industry ke empat atau revolui industry 4.0 tidak menjamin keberhasilan suatu bisnis jika tidak diimbangi dengan kemauan individunya untuk berhasil. Banyak faktor yang mempengaruhi kegagalan dalam berbisnis online pada mahasiswa atau mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya khususnya di Fakultas Ekonomi dan Binis Islam yaitu :

1. Manajemen Operasional

   Suatu kegiatan yang memiliki proses secara berkesinambungan dan efektif menggunakan fungsi-fugsi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

manajemen untuk menggabungkan dan menyatukan berbagai sumber daya secara efisien untuk mencapai tujuan.[46]

Keterbatasan teknologi yang digunakan secara tradisional sehingga mempengaruhi hasil produksi yang dihasilkan rendah tidak sebanding dengan usaha yang dikeluarkan selama proses pembuatan itu berlangsung.[47] Maka hal itu mempengaruhi harga, apabila skala produksi sedikit konsekuensiya harga menjadi tinggi, hal serupa juga terjadi apabila dalam bisnis online mengeluarkan produk rendah maka biaya pengeriman yang dikeluarkan akan tinggi, maka dari itu untuk meminimalisir biaya pengiriman yang tinggi diperlukan waktu untuk menunggu orderan dalam jumlah banyak.[48] Maka dari itu diperlukan cara dan waktu pengiriman yang tepat agar barang sampai pada konsumen dengan tepat, dan waktu yang digunakan bisa berjalan dengan efektif dan efisien.[49]

2. Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia –MSDM (*Human resource management* -HRM) merupakan suatu proses untuk memperoleh, melatih, menilai, dan mengompensasikan

---

[46] Edwin Hastawi Atmaja, "*Manajemen Operasional Paket Wisata City Toursurakarta di PT. Kirana Surya Gemilang Yogyakarta (Studi Kasus Rombongan Ikatan Wanita Bank Yogyakarta)*", Jurnal Pariwisata Terapan, Vol.1 No.2, 2017

[47] Khonsa Dliyatul Awliya, wawancara pada tanggal 4 Februari 2020

[48] Siti Erna Purnama Wati, wawancara pada tanggal 7 Februari 2020

[49] Cindy Lovita, wawancara pada tanggal 3 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karyawan, dan untuk mengurus relasi tenaga kerja mereka, kesehatan dan keselamatan mereka, serta hal-hal yang berhubungan dengan keadilan.[50]

Banyak kendala dari sisi Manajemen Sumber Daya Manusia yang mana tampa disadari sumber daya manusia merupakan asset utama dalam sebuah bisnis, akan tetapi banyak permasalah yang timbul dari sumber daya manusia, diantaranya dengan permasalahan pemilik bisnis tidak mampu mengelola kerja sama antara team (partner) serta tidak ada kesinambungan dengan partner dalam menjalankan bisnis online.[51] Ketidak mampuan sumber daya manusia dalam menanggapi umpan balik, hal tersebut kembali kepada masing-masing individunya untuk menyikapi karena tidak semua manusia sama dalam menggapi sesuatu terlebih lagi dalam bisnis.[52]

Akan tetapi sebagai seorang wirausaha atau pembisnis seharusnya bisa menjadikan semua tanggapan dari pihak lain sebagai umpan balik yang akan menambah baik usaha atau bisnis yang dijalankan demi mencapai keuntungan dan keberlanjutan usaha.

---

[50] Gary Dessler, *Manajemen Sumber Daya Manusia,* (Jakarta: Salemba Empat), 2015, Hal.4

[51] Ahmad Nurcholis, wawancara pada tanggal 7 Februari 2020

[52] Dian Safitri Amalia, wawancara pada tanggal 5 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Manajemen Keuangan

Suatu proses dalam pengaturan aktivitas atau kegiatan keuangan dalam suatu organisasi, dimana didalamnya termasuk kegiatan perencanaan, analisis dan pengendalian terhadap kegiatan keuangan dalam jangka waktu panjang yang biasanya dilakukan oleh manajer keuangan.[53]

Untuk membuat bisnis berjalan dengan baik hal yang perlu diperhatikan adalah kondisi keuangan, karena banyak kendala yang ditimbulkan dari keuangan diantaranya pembagian keuntungan yang tidak terkonsep dengan baik dan keuntungan yang didapat tidak diterima dengan sama rata.[54] Kemudian saat pemilik bisnis menawarkan system kredit dengan mudah namun laporan tertulis pada aktivias bisnis sehari-hari tidak dilakukan dengan akurat maka terjadi masalah pada besarnya pitang yang tidak tertagih, baik dari pemilik bisnis yang lupa dengan siapa melakukan system kredit, dan berapa besarnya serta rasa malas atau enggan menagih yang dimilki oleh pemilik bisnis.[55] Kemudian harta pribadi dengan harta yang digunakan dalam

[53]Dina Amalia "*Kegiatan utama dalam manajemen keuangan perusahaan*", dalam https://www.jurnal.id/id/blog/2018-kegitan-utama-dalam-manajemen-keuangan-perusahaan/, diakses pada tanggal 3 Februari 2020

[54] Siti Erna Purnama Wati, wawancara pada tanggal 7 Februari 2020

[55] Ahmad Nurcholis,wawancara pada tanggal 7 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bisnis tidak bisa dipisahkan apabila bisnis yang dijalankan kondisi keuangannya tidak berjalan dengan baik.[56]

4. Manajemen Strategi

Manajemen strategis (*strategic management*) adalah proses untuk mengidentifikasi dan mengeksekusi rencana strategis organisasi dengan menyesesuaikan kemampuan perusahaan dengan permintaan lingkungannya.[57] Suatu kegiatan yang direncanakan dan disusun berdasarkan apa yang telah dimiliki untuk mencapai tujuan dalam jangka waktu panjang.[58]

Banyak pelaku bisnis yang tidak bisa menetapkan strateginya dalam berbisnis, yang akhirnya saat bisnis mulai berjalan pelaku bisnis tidak tau arah bisnis nya mau dibawa kemana dan tidak bisa bertahan dalam jangka waktu yang diinginkan.[59] Strategi yang digunakan untuk membentuk pasar dilakukan pada waktu yang kurang tepat, sebab saat kebutuhan konsumen sudah terpenuh dari produsen lain tapi masih tetap menciptakan produk yang sama. Maka secara tidak langsung dia kalah nama dengan produsen yang sudah membentuk pasar terlebih dahulu. [60]

---

[56] Ibid

[57] Gary Dessler, *Manajemen Sumber Daya Manusia,* (Jakarta: Salemba Empat), 2015, Hal.85

[58] Stephen P. Robbins dan Mary Coulter, *Manajemen Edisi Kesepuluh*, (Jakarta: Erlangga), 2010, Hal.213

[59] Izza Syafira, wawancara pada tanggal 4 Februari 2020

[60] Khonsa Dliyatul Awliyah, wawancara pada tanggal 4 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Manajemen Waktu

Merupakan kemampuan untuk mengalokasikan waktu dan sumber daya untuk mencapai tujuan yang dikelola secara efektif dan efisien.[61]

Ketidak mamapuan memanage waktu menjadi permasalahan bagi para pembisnis, sebab manajemen waktu berfungsi sebagai batasan-batasan dari semua kegitan agar berjalan sesuai dengan porsinya. Pembagian waktu yang tidak sesuai dan terjadi kecondongan waktu dalam melakukan kegiatan membuat kegiatan yang dilakukan tidak seimbang, banyak pelaku bisnis yang mengalami hal tersebut karena memang ada salah satu dari banyaknya kegitan yang diprioritaskannya maka konsekuensinya salah satu dari kegiatan terbengkalai dan tidak terawat.[62]

6. Manajemen Pemasaran

Suatu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan keberlangsungan perusahannya, untuk berkembang, dan untuk mendapatkan laba dengan menganalisa, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang telah ditetapkan dengan tujuan

---

[61] Kusnul Ika Sandra dan M. As'ad Djalali, "Manajemen waktu, efikasi-diri dan prokrastinasi", Jurnal Psikologi Indonesia, Vol.2 No.3, hal.217-222, 2013

[62] Ahmad Nurcholis, wawancara pada tanggal 7 Februari 2020. Izza Syafira, wawancara pada tanggal 4 Februari 2020. Ucik Nadya, wawancara pada tanggal 3 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menimbulkan pertukaran dengan pasar guna untuk mencapai tujuan perusahaan.[63]

Ada berbagai macam kendala maupun faktor yang memicu terjadinya kegagalan bisnis dari segi pemasaran, diantaranya produk yang dipasarkan hanya satu macam dimana hal itu tidak bisa menampung kemauan konsumen yang ada dipasar dengan berbagai macam permintaan.[64] Ketidak tepatan waktu yang telah disepakati membuat pelanggan enggan datang kembali untuk melakukan transaksi jual beli. [65]Adanya rasa kecawa konsumen terhadap produk yang dipesannya karena tidak sesuai dengan pesanan.[66] Lingkup pemasaran yang terlalu kecil membuat bisnis tidak dapat berkembang dengan cepat kebanyakan pembisnis mahasiswa selalu memasarkan produknya pada rekan sesama mahasiwa.[67] Kelemahan pemilik bisnis dalam memasarkan produknya karena ketidak piawaian seorang pembisnis dalam berbicara juga menjadi masalah.[68]

---

[63] Ade Priangani, "Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global", Jurnal Kebangsaan, Vol.2 No.4 Juli 2013, ISSN: 2089-5917

[64] Khonsa Dliyatul Awliya, wawancara pada tanggal 4 Februari 2020

[65] Ahmad Nurcholis, wawancara pada tanggal 7 Februari 2020

[66] Dian Safitri Amalia, wawancara pada tanggal 5 Februari 2020

[67] Kkonsa Dliyatul Awliya , wawancara pada tanggal 4 Februari 2020

[68] Almeta Haniifa Widiana, wawancara pada tanggal 3 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7. Pengalaman Bisnis

Kegiatan suatu bisnis atau usaha yang pernah dialami baik itu sudah lama terjadi ataupun baru terjadi. Banyak pelaku bisnis yang menjalankan kegiatan bisnis tidak semata-mata ingin menjadi pembisnis, melainkan untuk menambah pengalaman dimana pada akhirnya yang belum merasakan dan mengetahuai dunia bisnis jadi mengetahui, begitupun sebalikanya yang sudah tahu menjadi lebih tahu dan bahan tentang bisnis.

Tidak menutup kemungkinan masalah yang menghambat para pembisnis ialah pada pengalaman bisnis terlebih para pembisnis baru karena meraka belum bisa mengantisipasi apa saja masalah yang akan dihadapi nantinya baik itu masalah terkait keuangan dalam bisnisnya ataupun masalah lainnya yang terkait dengan bisnisnya .[69] Tidak sedikit pelaku bisnis yang belum memiliki pengalaman bisnis kemudian melakukan aktivitas bisnis dan mengalamai kesuliatan saat bisnis mulai berjalan salah satunya merasa bingung saat bisnis mulai jalan dan konsekuensinya ialah bisnis nya berhenti ditengah jalan.[70]

Hal tersebut karena pengalaman berbisnis yang kurang memadai, meskipun sudah mendapat pendidikan tentang kewirausahaan dibangku perkuliahan akan tetapi antara praktek

[69] Siti Erna Purnama Wati, wawancara pada tanggal 7 Februari 2020

[70] Izza Syafira, wawancara pada tanggal 4 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilapangan dengan ilmu dibangku kuliah tidak seimbang, melainkan lebih banyak dibangku kuliah dari pada action yang ada dilapangan.[71] Tidak semua para pelaku bisnis memasarkan produknya melalui media online, ada juga yang melalui offline. Semua butuh adaptasi hal ini juga sering menjadi kendala apabila pelaku bisnis sering menjalankan bisnisnya secara offline kemudian beralih ke online pasti perlu penyesuaian, dan hasilnya tidak selalu berhasil.[72]

8. Perencanaan Bisnis

Proses menetapkan sasaran-sasaran dan strategi untuk mencapai sasaran-sasaran tersebut, dan mengembangkan rencana bisnis untuk memadukan dan mnegkoordinasikan berbagai aktivitas menuju sasaran-sasaran (tujuan) tersebut.[73]

Kendala yang banyak dialami oleh pelaku bisnis dari sisi perencanaan bisnis adalah minimnya pengetahuan terkait peluang pasar yang mana pelaku bisnis tidak cakap dengan peluang yang ada dipasar melainkam mereka tetap memproduksi apa yang ada dipasar tampa memberikan inovasi yang berbeda, minimnya pengetahuan terkait pemasok lokal yang menyediakan produk dengan kualitas yang mampu bersaing

[71] Nunuk So'imatus Sintya, wawancara pada tanggal 5 Februari 2020

[72] Mohammad Rizal Wahyu Pratama, wawancara pada tanggal 4 Februari 2020

[73] Stephen P. Robbins dan Mary Coulter, *Manajemen Edisi Kesepuluh*, (Jakarta: Erlangga), 2010, Hal.10

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

namun harga masih ramah, dan alur bisnis yang dijalankannya untuk kedepannya serta solusi yang diberikan saat dihadangkan dengan masalah bisnis.[74]

9. Permodalan

Sejumlah materi maupun non materi yang digunakan dalam menjalankan serta mengelola kegiatan-kegiatan bisnis, dimana modal yang diperoleh dapat bersumber dari modal dana pribadi, modal pinjaman, dan modal patungan atau kerja sama.

Modal dalam bisnis sangat mempengaruhi keberlansungan ataupun kegagalan. Memulai bisnis dengan modal terlaku sedikit juga tidak bisa bertahan lama apabila bisnis yang dijalankan ingin berkembang sengat cepat.[75] Keterbatasan modal yang dimiliki tidak memampu membuat bisnis melakukan banyak kegiatan untuk bersaing. Kebutuhan akan bisnis juga menuntut pemilik bisnis merogok dana besar demi menciptakan produk yang unggul karena semua bahan baku yang digunakan sesuai dengan kebutuhan bisnis masing-masing tidak memiliki harga tetap.[76]

---

[74] Nunuk So'imatus Sintya, wawancara pada tanggal 5 Februari 2020

[75] Almeta Haniifa Widiana, wawancara pada tanggal 3 Februari 2020

[76] Cindy Lovita, wawancara pada tanggal 3 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

10. Pesaing

Sebuh kompetisi antara penjual (produk atau jasa yang diperjual belikan sama) yang berusaha mendapatkan keuntungan, mangsa pasar, serta jumlah penjualan yang tinggi.

Masalah yang sering terjadi saat ini ialah banyak pesaing dalam memasarkan produk yang sama dan sejenis, saat ini pakaian muslimah seperti jubbah menjadi *trendsetter* dalam berbusana, banyak pelaku bisnis yang menjual produk pakaian muslimah tersebut.[77] Banyak pesaing yang berani memberikan harga murah, hal ini membuat para pelaku bisnis terkecoh untuk menentukan harga jual. Apabila dengan menurunkan harga maka secara otomatis keuntungan yang didapat berkurang. Memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.[78]

Tidak semua pelanggan menginginkan produk dengan harga murah, tetapi banyak juga konsumen yang menginginkan produk dengan kualitas bagus dan bisa memberikan kenyamanan saat dikenakan.[79] Dengan adanya persaingan maka ini bisa dijadikan tolak ukur seberapa mampu binsis online yang dimiliki mampu

[77] Mohammad Rizal Wahyu Pratama, wawancara pada tanggal 4 Februari 2020

[78] Cindy Lovita, wawancara pada tanggal 3 Februari 2020

[79] Ucik Nadya, wawancara pada tanggal 3 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk bersaing dengan memepertahankan keunggulan yang dimilki.

11. Motivasi

Seorang pelaku bisnis dituntut untuk berani dalam melakukan sesuatu yang berkaitan dengan bisnisnya walaupun hal itu memiliki resiko. Hal itu harus dilakukan agar bisnis yang dijalankan bisa tetap berjalan optimal. Maka dari itu dibutuhkan dorongan yang diberikan seseorang untuk bekerja atau melakukan suatu dengan semangat yang tinggi dan lebih baik. Motivasi dapat membantu pelaku bisnis mempertahankan bisnis, mengembangkan, bahkan menyukseskan bisnisnya.

Motivasi merupakan faktor yang dapat mempengaruhi seseorang meraih keberhasilan bisnis, dan motivasi penting bagi seorang yang menjalankan bisnis. Sebaliknya apabila seorang pelaku bisnis menjalankan bisnis tampa adanya motivasi atau dorongan semangat baik dari keluarga, teman, atau sahabat maka bisnis yang dijalankan tidak bisa meraih sukses dengan kata lain gagal.[80] Saat ini para pelaku bisnis banyak yang menyadari pentingnya motivasi dalam berbisnis saat bisnis yang dijalankan sudah berhenti.[81]

---

[80] Khonsa Dliyatul Awliyah, wawancara pada tanggal 4 Februari 2020

[81] Izza Syafira, wawancara pada tanggal 4 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

12. Konsisten

Usaha untuk terus dan terus melakukan sesuatu sampai pada tujuan akhir yang mana tidak hanya dialakukan pada aspek-aspek internal bisnsi seperti produk. Banyak kendala yang memicu terjadinya kegagalan bisnis karena konsistensi. Berbagai kendala mulai dari keuangan, operasioal, pemasaran, sdm dapat mempengaruhi konsistensi binsis.

Apabila keuangan tidak berjalan dengan baik maka bisnis tidak bisa memasok barang dengan konsisten.[82] Lalu dari sumber daya manusia dalam memasarakan produk melalui media sosial yang tidak konsisten karena dipengaruhi beberapa faktor diantaranya tidak konsisten sesuai dengan kesepakatan diawal, karena dari individunya yang masih memilki sifat malas dalam berbisnsi.[83] Kemudian yang terakhir ialah bagaiamana pelaku bisnis menjalankan bisnisnya dengan konsisten agar bertahan dalam jangka waktu panjang.[84]

aspek eksternal seperti konsistensi pada komunikasi dengan konsumen atau pelanggan dan pemasok. Usaha yang digunakan untuk mempertahankan pelanggan agar terus kembali yaitu dengan menyediakan nilai, kualitas, kenyamanan pelanggan,

---

[82] Ahmad Nurcholis, wawancara pada tanggal 7 Februari 2020

[83] Nunuk So'imatus Sintya, wawancara pada tanggal 5 Februari 2020. Almeta Haniifa Widiana, wawancara pada tanggal 3 Februari 2020

[84] Izza Syafira, wawancara pada tanggal 4 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan komunikasi dalam melakukan transaksi menjualkan produknya.[85] Usaha yang dilakukan untuk mempertahankan iklim kerja sama dengan meningkatkan komunikasi yang baik untuk menciptakan simbiosis mutualisme dengan pemasok.[86]

[85] Dian Safitri Amalia, wawancara pada tanggal 5 Februari 2020

[86] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Bisnis online merupakan sebuah usaha yang melakukan transaksi jual belinya melalui teknologi informasi berbasis internet, dimana segala kegiataannya dapat dilakukan meskipun tidak bertatap muka secara langsung. Akan tetapi diiringi dengan kemajuan zaman tidak semua bisnis online mengalami kesuksesan, akan tetapi ada yang mengalami kegagalan. Berikut faktor penyabab kegagalan dalam berbisnis online pada kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya berdasarkan data yang ada dilapangan.

1. Manajemen Operasional

   Merupakan suatu kegiatan yang berkesinambungan dari semua komponen, yang dilakukan secara efektif dan efisien. Apabila dari semua komponen memiliki masalah maka tidak akan tercapai secara efektif dan efisen, adapun masalah pada manajemen operasional ada pada keterbatasan teknologi yang dimiliki relative sederhana sehingga menghambiskan banyak waktu dalam proses memproduksi namun produk yang dihasilkan rendah. Hal tersebut berakibat pada harga produk yang akan dipasarkan menjadi lebih tinggi, serta biaya yang dikeluarkan untuk pengiriman juga tinggi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sesuai dengan pernyataan yang dipaparkan oleh Suparyanto kelemahan yang dialami oleh sebagian besar pengusaha kecil pada aspek manajemen operasional ialah teknologi yang digunakan relatif sederhana, skala produksi rendah, dan biaya produksi tinggi.[87]

2. Manajemen Sumber Daya Manusia

Komponen utama daam menjalankan atau membangun bisnis adalah sumber daya manusia. Apabila pelaku bisnis tidak mampu mengelola sumber daya manusia yang dimiliki maka bisnis yang dijalankan tidak bisa bertahan lama. Kelemahan pelaku bisnis dalam manajemen sumber daya manusia yang mempengaruhi kegagalan berbisnis ialah individu-individu yang tidak mampu berkerja sama dalam menjalankan bisnis, serta tidak dapat menerima masukkan atau kritikan atau *feedback* yang dapat menunjang kemajuan baik dari individunya maupun bisnisnya.

Sesuai dengan pernyataan yang dipaparkan oleh Suparyanto kelemahan yang dialami oleh sebagian besar pengusaha kecil pada manajemen sumber daya manusia ialah pada tidak mampu menanggapi umpan balik.[88]

---

[87] Rida Srihadiastuti, "*Analisis Faktor-Faktor Kendala Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis*", (Skripsi – Universitas Telkom, Bandung 2018)

[88] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Manajemen keuangan

Kegagalan suatu bisnis dapat dilihat dari kondisi kesehatan keuangan yang dimiliki. Beberapa penyebabnya ialah ketidak mampuan pemilik bisnis dalam mengelolah dan memisahkan antara keuangan pribadi dengan keuangan bisnis, membuat system pembayaran angsuran yang tidak disesuaikan dengan pertimbanagan yang matang untuk kondisi bisnis yang dimilikinya. Serta tidak adanya catatan tertulis guna untuk meriview keuangan yang ada, sehingga besaran piutang tidak bisa tercontrol.

Sesuai dengan pernyataan yang dipaparkan oleh Suparyanto kelemahan yang dialami oleh sebagian besar pengusaha kecil pada manajemen keuangan tidak ada pemisah harta perusahaan dan harta, pribadi, tidak melakukan pencatatan, besarnya piutang yang tidak tertagih. Adapun pernyataan lain menurut Machfoedz dan Mahmud alasan utama kegagalan usaha adalah menawarkan kredit dengan persyaratan yang terlalu longgar, mengembangkan kredit terlalu cepat, tidak melakukan pencatatan dengan lengkap dan akurat, sehingga terperangkap dalam kesulitan tampa disadari.[89]

4. Manajemen waktu

Kemampuan pelaku bisnis dalam mentukan seberapa banyak waktu yang digunakan dalam menjalankan berbagai macam kegiatan, agar porsi waktu dalam menjalankan kegiatan dapat

[89] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seimbang. Masalah utama nya ialah ketidak seimbangan atau perkiraan waktu dalam menentukan banyaknya waktu dalam menjalankan kegiatan karena ada salah satu kegiatan yang menjadi prioritas utama. Sesuai dengan pernyataan yang dipaparkan oleh Machfoed dan Mahmud adalah alasan utama kegagalan usaha mereka merupakan kesalahan manajemen yang ditetapkan, faktor lain penyebab kegagalan dari segi waktu salah satunya ialah estimasi waktu yang kurang tepat, perkiraan waktu yag digunakan dalam bisnisnya tidak sesuai dengan banyaknya kegiatan yang dijalankan.[90]

5. Manajemen strategi

Banyaknya pelaku bisnis yang tidak mampu menentukan stretegi dalam berbisnis yaitu dari ketidak tepatan waktu dalam membetuk pasar dengan kondisi terkini yang dibutuhkan para konsumen, dan strategi untuk kemajuan bisnisnya sehingga bisnis yang dijalankan tidak bisa berjalan lama. Sesuai dengan yang dipaparkan oleh Arasti faktor yang menyebabkan kegagalan bisnis dapat diukur melalui beberapa faktor salah satunya adalah strategi dalam menjalankan bisnisnya.[91]

---

[90] Rida Srihadiastuti, "*Analisis Faktor-Faktor Kendala Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis*", (Skripsi – Universitas Telkom, Bandung 2018)

[91] Muhammad Yusri Ali Dan Dr. David Sukardi Kodrat, M.M.,Cmp (Asia), "Faktor-Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis Pada Perusahaan Mitra Jaya Abadi", "Performa : Jurnal Manajemen Dan Start- Up Bisnis", Volume.2, Nomor.1, April 2017 : 124-131

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Manajemen pemasaran

Berbagai macam kendala yang memicu terjadinya kegagalan bisnis dari sisi manajemen pemasaran ialah terbatasnya varian produk yang diperjual belikan, karena lingkungan dalam menjalankan kegiatan bisnis hanya pada satu tempat. Tidak mampu menjaga kepercayaan pelanggan dengan menjaga kualitas produk yaitu terjadinya pemesanan yang tidak sesuai, dan pengiriman ataupun ketersedian produk yang tidak sesuai dengan kesepakatan. Dan komunikasi antara penjual dan pembeli kurang informatif.

Sesuai dengan pernyataan yang dipaparkan oleh Suparyanto kelemahan yang dialami oleh sebagian besar pengusaha kecil pada manajemen pemsaran ialah hanya memasarkan produk ke satu pasar, menjual produk tidak sesuai dengan permintaan pesanan, melebihi batas waktu yang telah disepakati, menjual hanya satu jenis produk.[92]

7. Pengalaman bisnis

Masalah yang menghambat pelaku bisnis dalam menjalankan bisnis ialah keterbatasan pengalaman yang dimiliki sehingga saat masalah dari bisnis muncul pelaku bisnis tidak dapat menyelesaikan masalah tersebut dengan cepet dan tepat sebab

[92] Rida Srihadiastuti, "*Analisis Faktor-Faktor Kendala Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis*", (Skripsi – Universitas Telkom, Bandung 2018)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengalaman yang dimiliki tidak memadai karena masih dalam tahap beradaptasi dalam kegiatan berbisnis.

Sesuai dengan pernyataan yang dipaparkan oleh Machfoedz dan Mahmud alasan utama kegagalan usaha ialah kurang pengalaman dan tidak memulai dengan mempelajari sesuatu tentang perusahaan.[93] Adapun pernyataan lain yang dikemukakan oleh Zimmerer bahwa beberapa faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usaha barunya ialah kurang berpengalaman, baik dari kemampuan tehnik sampai dengan pengelolahan usaha.[94]

8. Perencanaan bisnis

Proses menetapkan sasaran untuk mencapai tujuan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan akan tetapi kendalanya ialah minimnya pengetahuan baik dari segi peluang pasar, pemasok, dan perencaan yang kurang tepat untuk kemajuan bisnis. Sesuai dengan apa yang dipaparkan oleh Zimmerer beberapa faktor-faktor penyabab kegagalan bisnis salah satunya ialah gagal dalam perencanaan strategis, perusahaan tidak memiliki dasar berkesinambungan dalam menciptakan dan memelihara keunggulan untuk bersaing dipasar.[95]

---

[93] Ibid

[94] I Wayan Wartika, "Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Usaha Penerima Program Mahasiswa (Pmw) Di Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha) Tahun 2013", "Ekuitas – Jurnal Pendidikan Ekonomi", Vol.3, No.1, Juni 2015

[95] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

9. Permodalan

Sukses ataupun gagalnya bisnis yang dijalankan juga dipengaruhi oleh modal, saat modal yang dikeluarkan sedikit maka perkembangan bisnis tidak bisa berjalan dengan stabil serta bisnis yang dijalankan tidak dapat mencoba banyak hal baru yang menunjang kemajuan bisnisnya.

Sesuai dengan pernyataan yang dipaparkan oleh Machfoedz dan Mahmud alasan utama kegagalan usaha dipengaruhi oleh memulai usaha dengan modal terlalu kecil,dan berusaha melakukan terlalu banyak usaha dengan modal yang terlau sedikit.[96]

10. Pesaing

Kompetisi sesama pelaku bisnis online dimana produk yang diperjual belikan sama akan tetapi dari segi harga yang membuat bisnis bersaing, namun untuk menentukan kebertahanan bisnis ialah kemampaun dalam persaingan yang tetap mengutamakan kualitas produk yang bagus untuk dikonsumsi dan kenyamanan produk saat digunakan. Sesuai dengan pernyataan yang dipaparkan oleh Arasti faktor penyebab kegagalan bisnis dapat diukur melalui beberapa faktor yaitu salah satunya intesitas pesaing yang ada di lingkup bisnis.[97]

---

[96] Ibid

[97] Muhammad Yusri Ali Dan Dr. David Sukardi Kodrat, M.M.,Cmp (Asia), "Faktor-Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis Pada Perusahaan Mitra Jaya Abadi", "Performa : Jurnal Manajemen Dan Start- Up Bisnis", Volume.2, Nomor.1, April 2017 : 124-131

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

11. Motivasi

Dorongan semangat yang diberikan baik dari orang tua, keluarga, teman, sahabat mampu memberikan nilai berharga tersendiri. Kelemahan yang dimiliki pelaku bisnis ada pada motivasi, dan saat bisnis mulai berhenti maka disitulah mulai menyadari pentingnya motivasi dalam berbisnis. Penyebab kegagalan bisnis salah satunya ialah kurangnya motivais hal ini dipaparkan oleh Arasti.[98]

12. Konsistensi

Konsisten dari berbagai aspek pendukung bisnis online sangat diperlukan mulai dari manajemen keuangan, pemasaran, operasional, sumber daya manusia, komukasi antara pemasok, pelanggan dan yang lainnya. Kerena konsisten mampu membuat bisnis yang dijalankan bertahan dan beroprasi dengan stabil, ketidak konsistenan yang dalam berbisnis membuat bisnis yang dijalankan tidak bisa bertahan lama, dengan hal tersebut pelaku bisnis dapat dikatakan tidak bersungguh-sungguh dalam menjalankan bisnisnya sesuai dengan peryataan yang diapaparkan oleh Zimmerer faktor penyebab kegagalan bisnis ialah sikap yang kurang bersungguh-sungguh dalam berusaha.[99]

---

[98] Ibid

[99] I Wayan Wartika, "Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Usaha Penerima Program Mahasiswa (Pmw) Di Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha) Tahun 2013", "Ekuitas – Jurnal Pendidikan Ekonomi", Vol.3, No.1, Juni 2015

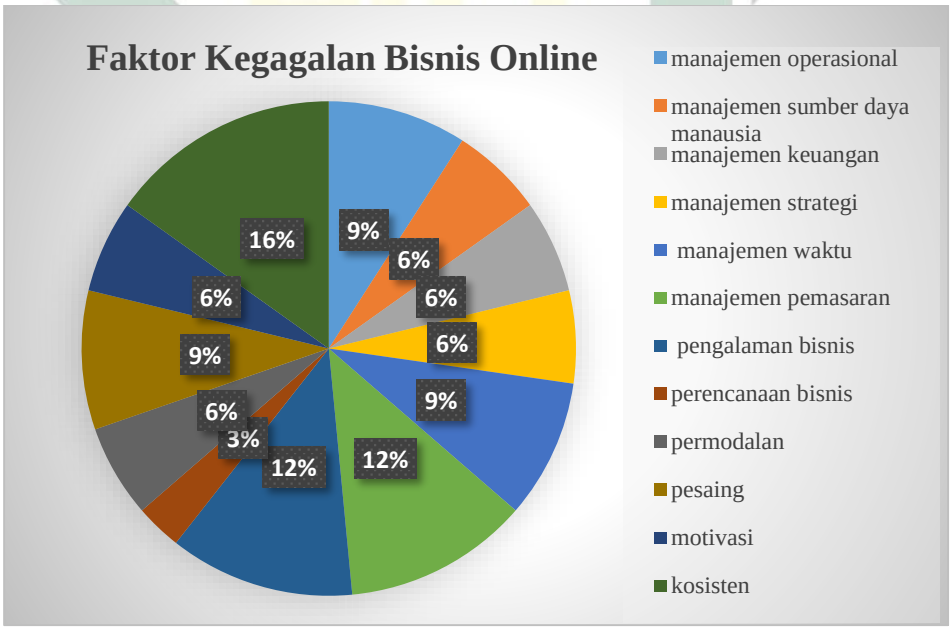
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Faktor Dominan Yang Mempengaruhi Kegagalan Bisnis Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dari pernyataan narasumber faktor penyebab kegagalan bisnsi online pada kalangan mahasiswa dipengaruhi oleh 12 faktor yaitu manajemen operasional, manajemen sumber daya manausia, manajemen keuangan, manajemen strategi, manajemen waktu, manajemen pemasaran, pengalaman bisnis, perencanaan bisnis, permodalan, pesaing, motivasi, dan konsistensi. Berikut gambar yang disajikan dalam diagram faktor penyebab kegagalan bisnis online yang mendominasi.

Gambar 4.1

Prosentase Faktor Kegagalan Bisnis Online



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan gambar 4.1 Faktor kegagalan bisnis online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnsi Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang mendominasi adalah faktor konsisten yang dimiliki para pelaku bisnis kurang memadai sebab dalam menjalankan bisnis kurang bersungguh-sungguh. Ketidak konsistenan tersebut baik itu ketidak konsistenan dalam memasarkan produk, memasok produk, melakukan penjulan, melakukan kegiatan bisnis sesuai dengan kesepakatan, dan melayani pelanggan. Hal tersebut dinyatakan oleh Zimmerer yang dikutip oleh I Wayan Wartika dalam berjudul "Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Usaha Penerima Program Mahasiswa (PMW) Di Universitas Pendidikan Ganesha Tahun 2013' memaparkan bahwa faktor kegagalan bisnis salah satunya ialah pada sikap yang kurang bersungguh-sungguh pelaku bisnis dalam menjalankan bisnis yang dijalankannya.[100]

Kemudian faktor yang mendominasi kedua ialah pengalaman bisnis yang dimiliki kurang memadai, sebab pelaku bisnis tidak menadapat pengalam bisnis yang mempuni, sehingga saat menghadapi masalah tidak dapat diantisipasi dengan efektif dan efisien, serta penyesuain dalam berbisnis online yang belum terkecukupi. Hal tersebut dipaparkan oleh Machfoedz dan Mahmud yang dikutip oleh Rida Srihadiastuti dalam judul "Analisis Faktor-Faktor Kendala Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Padapara Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis" faktor kegagalan dari sisi manajemen pemasaran yang

[100] I Wayan Wartika,"Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Usaha Penerima Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) di Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha Tahun 2013)", "*Jurnal Pendidikan Ekonomi-Universitas Pendidikan Ganesha*", Vol.3,No.1 (Juni 2015)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memepengaruhi ialah kurang pengalaman dan tidak memulai dengan mempelajari sesuatu tentang perusahan.[101]

Hal serupa yang ditulis oleh I Wayan Wartika dalam judul Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Usaha Penerima Program Mahasiswa (Pmw) Di Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha) Tahun 2013 menyatakan bahwa faktor yang mendominasi kegagalan ialah faktor pengalaman.[102]

Lalu faktor yang mendominasi ketiga adalah manajemen pemasaran, lemahnya aspek pemasaran yang dilakukan para pelaku bisnis, diantaranya ialah hanya memasaran satu jenis produk, memasarkan produk ke satu pasar sehingga lingkup pemasaran tidak luas, menjual produk tidak sesuai dengan pesanan, ketidak tepatan waktu yang telah disepakati. Hal tersebut dinyatakan oleh Suparyanto yang dikutip oleh Rida Srihadiastuti dalam judul Analisis Faktor-Faktor Kendala Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Paru Pada Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis kelemahan paling pokok adalah pada aspek manajemen, diantaranya pada manajemen pemasaran hanya memasarkan produk ke satu pasar, menjual produk tidak sesuai pesanan, melebihi batas waktu yang telah disepakati, dan menjua hanya satu jenis produk.[103]

---

[101] Rida Srihadiastuti, "*Analisis Faktor-Faktor Kendala Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis*", (Skripsi – Universitas Telkom, Bandung 2018)

[102] I Wayan Wartika,"Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Usaha Penerima Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) di Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha Tahun 2013)", "*Jurnal Pendidikan Ekonomi-Universitas Pendidikan Ganesha*", Vol.3,No.1 (Juni 2015)

[103] Rida Srihadiastuti, "*Analisis Faktor-Faktor Kendala Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis*", (Skripsi – Universitas Telkom, Bandung 2018)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

1. Kegagalan bisnis online berdasarkan hasil analisis data yang telah di jelaskan. Faktor penyebab kegagalan bisnis online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dipengaruhi oleh 12 faktor yaitu manajemen operasional, manajemen sumber daya manausia, manajemen keuangan, manajemen strategi, manajemen waktu, manajemen pemasaran, pengalaman bisnis, perencanaan bisnis, permodalan, pesaing, motivasi, dan konsisten.
2. Dari 12 faktor kegagalan bisnis online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 3 faktor mendominasi kegagalan bisnis pertama ialah faktor konsisten, pengalaman bisnis, dan manajemen pemasaran.

B. SARAN

1. Sebaiknya para pelaku bisnis online mengikuti pelatihan terkait kewirausahaan, untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dibidang bisnis. Agar nantinya bisnis yang baru atau telah dijalankan dapat berkembang dengan baik dan menghasilkan output yang maksimal.
2. Saran bagi penelitian selanjutnya untuk terus mengeksplor fenomena-fenomena yang ada pada masyarakat, khususnya dalam dunia bisnis. Jika pada penelitian ini berfokus pada mengenali faktor-faktor

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kegagalan, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat mengeksplor solusi apa yang dapat diterapkan pada kasus kegagalan usaha.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Daftar Pustaka

Evi Martha, Sudarti Kresno, *Metodologi Penelitian Kualititatif Dalam Bidang Kesehatan*, (Depok: Rajawali Press) 2017, hlm.2

Gary Dessler, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Salemba Empat), 2015, Hal.85

Haris Herdiansyah, *Wawancara Observasi, dan Focus Grups Sebagai Intrument Penggalian Data Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Perss), 2015, hlm.31

M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media), 2017, hlm.165

M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media), 2017, hlm.322

Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M. Pd. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. (Jakarta-Kencana), 2014, hlm.407

Stephen P. Robbins dan Mary Coulter, *Manajemen Edisi Kesepuluh*, (Jakarta: Erlangga), 2010, Hal.213

Stephen P. Robbins dan Mary Coulter, *Manajemen Edisi Kesepuluh*, (Jakarta: Erlangga), 2010, Hal.10

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualititatif dan Kombinasi (Mixed Methods),* (Bandung: Alfabeta) 2017, hlm.14

Sujoko Efferin, Stevanus Hadi Darmadji, Yuliawati Tan, *Metode Penelitian Akuntansi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu),2008, hlm.327

Penelitian/Skripsi/Jurnal

Ade Priangani, "Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global", Jurnal Kebangsaan, Vol.2 No.4 Juli 2013, ISSN: 2089-5917

Aditya Wisnu Hidayat,"Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Penyebab Kegagalan Usaha Pada Industri Tahu di Kelurahan Citeureup Kota Cimahi (Studi Kasus Pada Usaha di Kampung Sukaresmi Tahun 2014)","*Jurnal e-Proceeding of Management*", ISSN: 2355-9357, Vol.2, No.1, April 2015

Edwin Hastawi Atmaja, "*Manajemen Operasional Paket Wisata City Toursurakarta di PT. Kirana Surya Gemilang Yogyakarta (Studi Kasus Rombongan Ikatan Wanita Bank Yogyakarta)*", Jurnal Pariwisata Terapan, Vol.1 No.2, 2017

Eka Setiajatnika, Sari Sanubari, Ai Inggit Yulinar, Astri Nur Rahmawati, "Pengaruh Ifrs Terhadap Perwujudanya Bisnis Yang Sehat Di Indonesia", " Fairvalue: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan", P-ISSN 2622-2191, E-ISSN 2622-2205, Vol.1, No.2, Januari 2019

Fandy Tjiptono, "Kewirausahaan, Kinerja Keuangan, dan Kelanggengan Bisnis", Jurnal Manajemen Indonesia, Volume 15 Nomor 1, Schoolof Business, Monash University Malaysia. April 2015.

I Wayan Wartika,"Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Usaha Penerima Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) di Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tahun 2013)", "*Jurnal Pendidikan Ekonomi-Universitas Pendidikan Ganesha*", Vol.3,No.1 (Juni 2015)

Jamal Maulana Hudin dan Dwiza Riana, "Kajian Keberhasilan Penggunaan Sistem Informasi Accurate Dengan Menggunakan Model Kesuksesan Sistem Informasi Delon Dan Mclean", Journal of Information System, Volume 12, Issue 1, STMIK Nusa Mandiri, April 2016

Kusnul Ika Sandra dan M. As'ad Djalali, "Manajemen waktu, efikasi-diri dan prokrastinasi", Jurnal Psikologi Indonesia, Vol.2 No.3, hal.217-222, 2013

Mahir Pradana, "klasifikasi jenis-jenis bisnis e-commerce di indonesia", Jurnal Neo-bis, Volume 9, No.2, Universitas Telkom Bandung, Desember 2015.

Michelle Soeryaatmadja dan Paulina Permatasari, "Pengendalian Internal Siklus Pendapatan Bisnis Online Situs BB.Com", Jurnal Bina Ekonomi, Volume.19, Nomor.1, Universitas Katolik Parahyangan ,2015

Muhammad Yusri Ali dan Dr. David Sukardi Kodrat,"Faktor-Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis PadaPerusahaan Mitra Jaya Abadi","*PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis – Universitas Ciputra*", Vol.2, No.1, April 2017

Nafa Ana Nur Maulidha, "*Analisis Resiko Penyebab Kegagalan Proses Pada Produksi PE Protection Tape Dengan Menggunakan Metode Grey Failure Mode and Effect Analysis*", (Skripsi – UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta 2018)

Rida Srihadiastuti, "*Analisis Faktor-Faktor Kendala Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis*", (Skripsi – Universitas Telkom, Bandung 2018)

Sumber Internet

http://binus.ac.id/knowledge/2019/05/mengenal-lebih-jauh-revolusi-industri-4-0/, diakses pada 1 Oktober 2019

https://www.jurnal.id/id/blog/peluang-bisnis-baru-di-era-revolusi-industri-4-0/, diakses pada 11 Oktober 2019

https://kominfo.go.id/content/9530/peluang-besar-jadi-pengusaha-di-era-digital/0/berita, diakses pata 1 Oktober 2019

https://solutech.id/2019/07/18/5-marketplace-terbaik-di-indonesia-pada-2019/, diakses pada tanggal 10 Oktober 2019

https://edukasi.kompas.com/read/2010/04/09/11340991/Urgensi.Pendidikan.Kewirausahaan?page=all, diakses pada tanggal 11 Oktober 2019

https://www.exabytes.co.id/blog/4-alasan-utama-80-bisnis-gagal-di-tahun-ke-3/, diakses pada tanggal 9 Oktober 2019

https://www.masterpendidikan.com/2017/04/4-pengertian-analisis-faktor-menurut-para-ahli.html, diakses pada tanggal 15 Oktober 2019

https://ariefdar.woedpress.com/2013/01/29/pengertian-bisnis-online/, diakses pada tanggal 30 Oktober 2019

https://w3.uinsby.ac.id/informasi/, diakses pada tanggal 15 Januari 2020

https://w3.uinsby.ac.id/akreditasi/, diakses pada tanggal 15 Januari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

http://febi.uinsby.ac.id/?page_id=746, diakses pada tanggal 15 Januari 2020

https://www.jurnal.id/id/blog/2018-kegitan-utama-dalam-manajemen-keuangan perusahaan/, diakses pada tanggal 3 Februari 2020

Sumber Informan Penelitian

Khonsa Dliyatul Awliya, Wawancara, pada tanggal 4 Februari 2020

Siti Erna Purnama Wati, Wawancara, pada tanggal 7 Februari 2020

Cindy Lovita, Wawancara, pada tanggal 3 Februari 2020

Ahmad Nurcholis, Wawancara, pada tanggal 7 Februari 2020

Dian Safitri Amalia, Wawancara, pada tanggal 5 Februari 2020

Ahmad Nurcholis, Wawancara, pada tanggal 7 Februari 2020

Izza Syafira, Wawancara, pada tanggal 4 Februari 2020

Almeta Haniifa Widiana, Wawancara, pada tanggal 3 Februari 2020

Nunuk So'imatus Sintya, Wawancara, pada tanggal 5 Februari 2020

Mohammad Rizal Wahyu Pratama, Wawancara, pada tanggal 4 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id