

**ANALISIS EFIKASI DIRI (*SELF EFFICACY*)  
WIRUSAHA PADA BISNIS ONLINE MAHASISWA  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
IAIN JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

**ALVIN RIAWAN**  
NIM. E20162115

Dosen Pembimbing :

**Dr. Moch. Chotib, S.Ag., M.M**  
NIP. 197107272002121003

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
MEI 2020**

**ANALISIS EFIKASI DIRI (*SELF EFFICACY*)  
WIRAUSAHA PADA BISNIS ONLINE MAHASISWA  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
IAIN JEMBER**

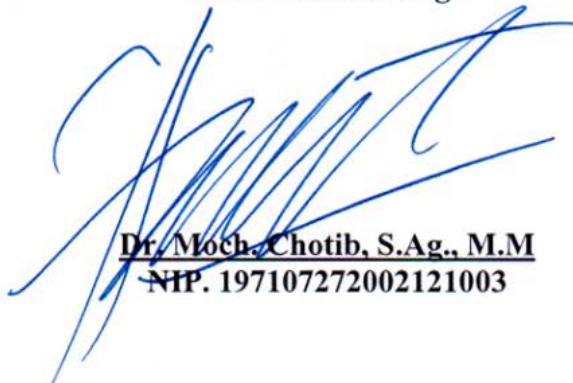
**SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

**Oleh:**

**ALVIN RIAWAN**  
**NIM. E20162115**

**Dosen Pembimbing :**



**Dr. Moch. Chotib, S.Ag., M.M**  
**NIP. 197107272002121003**

**ANALISIS EFIKASI DIRI (*SELF EFFICACY*)  
WIRAUSAHA PADA BISNIS ONLINE MAHASISWA  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
IAIN JEMBER**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Kamis

Tanggal : 14 Mei 2020

Tim Penguji

Ketua



**M.F. Hidayatullah, S.HI., M.Si**  
NIP. 197608122008011015


Sekretaris



**Rini Puji Astuti, S.Kom., M.Si**  
NUP. 201708174

Anggota:

1. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si



( )

2. Dr. Moch. Chotib, S.Ag., M.M



( )

Menyetujui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



  
**Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si**  
NIP. 19680807 200003 1 001

## MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa’ : 29)<sup>1</sup>

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

Artinya : “Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain.”  
(Hadits Riwayat ath-Thabrani, Al-Mu’jam al-Ausath)<sup>\*</sup>

---

<sup>1</sup> Al-Qur’an, Surah An-Nisa’ : 29.

<sup>\*</sup> Hadits Riwayat ath-Thabrani, Al-Mu’jam al-Ausath

## **PERSEMBAHAN**

Karya ini saya persembahkan untuk orang yang berarti dalam hidup saya, yaitu:

1. Ayahanda Ridwan dan Ibunda Asriwa tercinta yang telah mencurahkan perhatian, kasih sayang, dukungan do'a serta pengorbanan yang tiada taranya demi kesuksesan masa depanku. Terimakasih Ayahanda dan Ibunda.
2. Adik tersayang Rifqi Alfaizin yang menjadi motivasi dan semangat untuk sukses dan motivasi untuk selalu belajar lebih baik sehingga menjadi contoh yang baik buatnya.
3. Seluruh keluarga besarku yang selalu mendoakan kesehatan, keselamatan dan kesuksesanku.
4. Keluarga Besar Paguyuban Jong Madura yang selalu siap menjadi saudara selama di jember.
5. Keluarga besar Koperasi Mahasiswa Pandhalungan IAIN Jember yang selalu memberi semangat, dukungan serta do'a untuk terselesaikannya tugas akhir ini.
6. Sahabat-sahabat yang selalu mendukung dan mendoakan yang terbaik.

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Semoga kita termasuk golongan umatnya dan mendapatkan syafaatnya di *yaumul kiyamah*.

Skripsi dengan judul “*Analisis Efikasi Diri (Self Efficacy) Wirausaha pada Bisnis Online Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember*” ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana Program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Jember. Proses penelitian skripsi ini bukan tidak ada hambatan, melainkan penuh dengan liku-liku yang membuat penulis harus bekerja keras dalam mengumpulkan data-data yang sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian serta dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM selaku Rektor IAIN Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa’i. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.
3. Ibu Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Jember.
4. Ibu Nurul Widyawati Islami Rahayu, S. Sos., M.Si selaku Dosen Penasihat Akademik.

5. Bapak Dr. Moch. Chotib, S.Ag., M.M selaku Dosen Pembimbing Penelitian Skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Institut Agama Islam Negeri Jember yang telah banyak memberikan ilmu-ilmu selama dibangku kuliah.
7. Perpustakaan IAIN Jember yang sudah memberikan beberapa referensi jurnal untuk menyusun skripsi ini.
8. Dan semua pihak yang secara langsung ataupun tidak langsung turut membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan berkah atas kebaikan mereka semua. Dan, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta tambahan pengetahuan bagi semua pihak yang berkaitan dan berkepentingan dengan skripsi ini.

Jember, 01 April 2020

Penulis

**Alvin Riawan**  
**NIM. E20162115**

## ABSTRAK

**Alvin Riawan, Dr. Moch. Chotib, S.Ag., M.M 2020; Analisis Efikasi Diri (Self Efficacy) Wirausaha pada Bisnis Online Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.**

Pengangguran masih menjadi masalah sosial di Indonesia. Banyak orang bermimpi memiliki kesempatan untuk menempuh pendidikan tinggi di universitas. Namun kenyataannya banyak orang juga tidak bisa mendapatkan pekerjaan setelah menyelesaikan pendidikan tinggi mereka. Dengan berwirausaha seseorang dapat membuka lapangan kerja baik bagi dirinya sendiri maupun bagi orang lain. bisnis online merupakan peluang bisnis yang saat ini terbuka lebar bagi siapa saja yang mau menjalankannya. Tergantung pada diri individu seberapa besar keinginan dan efikasi diri yang dimilikinya.

Fokus penelitian ini yaitu, 1) Bagaimana efikasi diri (*self efficacy*) wirausaha pada bisnis online mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember?, 2) Bagaimana Strategi Pengembangan Wirausaha pada Bisnis Online Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember?. Adapun tujuan penelitian ini yaitu, 1) Untuk mendeskripsikan efikasi diri wirausaha pada bisnis online mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2) Untuk mengetahui strategi pengembangan wirausaha pada bisnis online mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dalam penentuan subjek penelitian menggunakan *Purposive* serta menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini yaitu, Efikasi diri yang dimiliki mahasiswa dapat dilihat dari beberapa tingkah laku, yaitu, 1) **Usaha** yang dikeluarkan untuk mencapai tujuannya. 2) **Daya tahan yang dimiliki menghadapi rintangan atau kegagalan**, serta dengan mudah dapat mengembalikan rasa percaya diri setelah mengalami kegagalan. 3) Anggapan bahwa keadaan tidak nyaman sebagai suatu tantangan, dan bukan sebagai sesuatu yang harus dihindari. 4) Pola pikir tidak mudah terpengaruh dengan situasi lingkungan, bahkan bisa mempengaruhi lingkungannya. 5) Tidak mudah mengalami stress atau depresi, selalu punya cara untuk membangkitkan emosi yang lebih baik. 6) dapat membuat tujuan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Adapun strategi pengembangan wirausaha dapat disimpulkan bahwa 1) Mahasiswa hanya sebagai reseller, fokus mahasiswa masih pada promosi dan pelayanan pesanan. Dengan pasar utama yaitu mahasiswa IAIN Jember, produk yang di tawarkan merupakan kebutuhan mahasiswa, dari fashion, produk kecantikan, dan kebutuhan sehari-hari. 2) Sumber keuangan adalah dari uang pribadi, sedangkan pengendalian dan pengawasan keuangan adalah dengan pembukuan sederhana dari pencatatan modal sampai laba, untuk keuntungan langsung ditabung dan juga digunakan untuk kebutuhan sehari-hari. 3) mempromosikan barang dengan melalui sosial media seperti WhatsApp, Instagram, Facebook. Kelima, dalam mendistribusikan pesanan sampai ke konsumen sudah menggunakan jasa ekspedisi seperti JNE, J&T dan Pos untuk customer yang jauh dan diluar kota jember, dengan COD-an untuk customer yang dekat dan di dalam kota Jember.

**Kata kunci :** *Efikasi Diri, Kewirausahaan, Bisnis Online, Mahasiswa*



## ABSTRACT

**Alvin Riawan, Dr. Moch. Chotib, S.Ag., M.M 2020;** *Analyzing The Entrepreneurship Self-Efficacy On Online Business Students of Islamic Economics Study Program Faculty of Economics and Islamic Business IAIN Jember.*

Unemployment is still a social problem in Indonesia. Many people dream of having the opportunity to pursue higher education in universities. But in reality many people also cannot find work after completing their tertiary education. With entrepreneurship a person can open jobs both for himself and for others. online business is a business opportunity that is currently wide open for anyone who wants to run it. Depending on how much individual desire and self-efficacy they have.

The focus of this research are, 1) How is self-efficacy of entrepreneurs in the online business of Islamic Economics Study Program Faculty of Economics and Islamic business IAIN Jember? What is the Entrepreneurship Development Strategy for Online Business Students of the Islamic Economics and Islamic Business Study Program IAIN Jember?. The purpose of this study are, 1) To describe the self-efficacy of entrepreneurs in the online business of Islamic Economics Study Program students at the Faculty of Economics and Islamic business. 2) To find out entrepreneurship development strategies in online business students of the Islamic Economics and Islamic Business Study Program IAIN Jember.

This study uses a qualitative approach to the type of descriptive research. In determining the research subject using *Purposive* and using data collection techniques through observation, interviews, and documentation.

The results of this study are, Self-efficacy of students can be seen from several behaviors, namely, 1) Business issued to reach its destination. 2) Endurance owned by facing obstacles or failures, and can easily restore confidence after a failure. 3) Assumption that uncomfortable circumstances are a challenge, and not something to be avoided. 4) Mindset is not easily influenced by environmental situations, it can even affect the environment. 5) Not easy to experience stress or depression, always have a way to arouse emotions better. 6) can make goals in accordance with capabilities. The entrepreneurship development strategy can be concluded that 1) Students are only as resellers, student focus is still on promotion and service orders. With the main market, IAIN Jember students, the products offered are the needs of students, from fashion, beauty products, and daily needs. 2) Financial resources are from personal money, while financial control and supervision is by simple bookkeeping from capital records to profits, for direct profits saved and also used for daily needs. 3) promote goods through social media such as WhatsApp, Instagram, Facebook. Fifth, in distributing orders to consumers already using expedition services such as JNE, J&T and Post for customers far and outside the city of Jember, with COD for customers who are close and inside the city of Jember.

**Keywords :** *Self-Efficacy, Entrepreneurship, Online Business, Students*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Istilah .....	7
F. Sistematika Pembahasan.....	9
<b>BAB II : KAJIAN KEPUSTAKAAN</b>	
A. Penelitian Terdahulu .....	10
B. Kajian Teori.....	23
1. Efikasi Diri ( <i>Self Efficay</i> ) .....	23

2. Kewirausahaan.....	32
3. Bisnis <i>Online</i> .....	45
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	51
B. Lokasi Penelitian .....	52
C. Subyek Penelitian .....	52
D. Teknik Pengumpulan Data .....	54
E. Analisis Data.....	55
F. Keabsahan Data .....	58
G. Tahap – Tahap Penelitian .....	58
<b>BAB IV : PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS</b>	
A. Gambaran Objek Penelitian.....	60
B. Penyajian Data dan Analisis .....	67
C. Pembahasan Temuan .....	83
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	87
B. Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	91
<b>LAMPIRAN</b>	
1. Matrik Penelitian	
2. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan	
3. Jurnal Kegiatan Penelitian	
4. Surat Permohonan Ijin Penelitian	
5. Surat Selesai Penelitian	
6. Pedoman Wawancara	
7. Dokumentasi	
8. Biodata Penulis	

## **DAFTAR TABEL**

<b>No.</b>	<b>Uraian</b>	<b>Hal</b>
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 2.2	Sumber Efikasi Diri.....	27
Tabel 4.1	Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.....	64

## DAFTAR GAMBAR

No.	Uraian	Hal
	Gambar 4.1 Struktur Organisasi FEBI IAIN Jember .....	66

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pengangguran masih menjadi masalah sosial di Indonesia. Banyak orang bermimpi memiliki kesempatan untuk menempuh pendidikan tinggi di universitas. Namun kenyataannya banyak orang juga tidak bisa mendapatkan pekerjaan setelah menyelesaikan pendidikan tinggi mereka.

Angkatan kerja Indonesia dari tahun ke tahun pastinya selalu mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan oleh semakin tingginya minat masyarakat untuk menempuh pendidikan. Dengan rata-rata pertumbuhan angkatan kerja baru mencapai 1,5-2 persen setiap tahunnya. Jumlah angkatan kerja pada Februari 2019 sebanyak 136,18 juta orang, naik 2,24 juta orang dibanding Februari 2018. Sejalan dengan naiknya jumlah angkatan kerja, Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) juga meningkat sebesar 0,12 persen poin.<sup>1</sup>

Akibat pertumbuhan angkatan kerja yang semakin tinggi, berpengaruh terhadap rasio kesempatan kerja dan pengangguran. Dalam setahun terakhir pengangguran memang berkurang sebanyak 50 ribu orang. Sehingga Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) juga turun menjadi 5,01 persen pada periode Februari 2019 atau lebih rendah dari periode yang sebelumnya pada tahun 2018 yang sebesar 5,13 persen. Sehingga secara keseluruhan jumlah pengangguran di Indonesia saat ini mencapai 6,82 juta orang. Semoga angka

---

<sup>1</sup>Badan Pusat Statistik, Februari 2019, <https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/05/06/1564/februari-2019>.

ini semakin terus mengecil, artinya tingkat pengangguran terbuka semakin berkurang.

Kondisi ini tidak terlepas dari peran para pengusaha dalam melakukan ekspansi bisnis mereka, sehingga kebutuhan tenaga kerja semakin besar. Peran ini jugalah yang diharapkan dapat dilakukan melalui gerakan wirasusaha dikalangan mahasiswa dan para pemuda.

Namun berdasarkan riset yang dilakukan oleh Asnadi tahun 2005 terhadap lima perguruan tinggi negeri di Indonesia ditemukan hampir 75% responden (mahasiswa) tidak memiliki rencana yang jelas setelah lulus. Hal ini tidaklah mengherankan jika setiap tahunnya akan selalu muncul pengangguran terdidik di Indonesia yang angkanya semakin membludak. Sakernas mengemukakan fenomena ironis yang muncul di dunia pendidikan Indonesia di mana semakin tinggi pendidikan seseorang, probabilitas atau kemungkinan menjadi pengangguran semakin tinggi.<sup>2</sup>

Dengan berwirausaha seseorang dapat membuka lapangan kerja baik bagi dirinya sendiri maupun bagi orang lain. jika jumlah wirausaha di Indonesia sebanyak 5,2 juta (2% dari 260 juta penduduk Indonesia) orang dan merekrut minimal satu orang saja tenaga kerja, maka jumlah pengangguran yang semakin menurun bahkan bisa mencapai *full unemployment*.

Di zaman teknologi sekarang ini di sekitar kita banyak fenomena yang dapat kita lihat dan amati salah satunya di kalangan mahasiswa, keinginan dan menjalankan wirausaha sangat banyak dengan kemampuan teknologi yang

---

<sup>2</sup>D. Made Dharmawati, *Kewirausahaan*, (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2017), 1.

makin canggih memudahkan untuk menjalankan usaha salah satunya dengan bisnis online. Dan ditambah pengetahuan yang cukup akan strategi menjalankan dan mengelola usaha ataupun bisnis.

Menanamkan jiwa kewirausahaan sejak masih kuliah atau belajar wirausaha sejak kuliah adalah target perguruan tinggi masa kini, sudah banyak perguruan tinggi mulai mengajarkan mata kuliah kewirausahaan untuk mencetak *entrepreneur* muda yang siap berkarya dan mau belajar dalam membuka lapangan kerja sendiri. Jumlah lulusan sarjana yang terus bertambah, ternyata masih belum dibarengi dengan banyaknya lapangan kerja yang terbuka di negara kita. Kondisi ini tentunya menimbulkan sebuah kekhawatiran baru. Sebab, dipastikan angka pengangguran di Indonesia semakin hari kian meningkat pesat apabila masyarakatnya kurang berinisiatif untuk menciptakan peluang bisnis atau lapangan kerja baru sedini mungkin.<sup>3</sup>

Peluang bisnis saat ini terbuka lebar bagi siapa saja yang mau menjalankannya. Selama ini masih banyak yang takut berwirausaha dengan alasan tidak memiliki modal atau pengalaman, atau bahkan takut gagal. Namun, bisnis saat ini bahkan ada yang tidak membutuhkan modal besar. Salah satunya yaitu bisnis yang berbasis *online shop*. Bisnis *online shop* merupakan bisnis yang digerakkan melalui media internet. Bisnis ini sering kita kenal dengan istilah *Business to Business* (B2B) atau *Business to Costumer*.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>Samsidar. "Hubungan Persepsi Mahasiswa Tentang Peluang Bisnis Rumahan Berbasis Online Shop dengan minat berwirausaha Mahasiswa Angkatan 2013 Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Uneversitas Jambi," (Skripsi, Universitas Jambi, 2016), 1.

<sup>4</sup>Samsidar, 3-4.



Dilihat dari prospek bisnis *online shop* sendiri, sebagai konsumen saya melihat peluang ini cukup besar. Mahasiswa khususnya sebagai warga kampus setiap harinya membutuhkan pakaian, buku, makanan, alat kosmetik dan lain sebagainya. Hal ini dapat dijadikan sebagai konsumen yang aktif. Mahasiswa juga merupakan pengguna *mobile phone* dengan fitur canggih. Melalui media tersebut menjadi nilai tambah pemasaran yang menarik untuk memasarkan produk/jasa yang akan kita tawarkan. Selain itu bergesernya gaya hidup masyarakat yang mulai gemar berbelanja melalui media online tanpa harus ke toko/swalayan langsung. Pendapat saya ini didukung oleh penelitian Sarfiani yang menyatakan bahwa belanja lewat internet semakin diminati di Indonesia. Berkembangnya sistus jejaring sosial turut meningkatkan prospek belanja *online*.

Akan tetapi dalam menekuni dunia wirausaha tidaklah semudah yang dibayangkan. Persaingan antar wirausahawan, situasi yang tidak menentu, keharusan untuk menjalin hubungan baik dengan banyak orang sebagai relasi bisnisnya. Banyak kondisi dan keadaan yang membuat individu tidak dapat menyesuaikan diri dan mengendalikan lingkungannya, seperti keinginan pasar yang berubah, ide yang berbeda dengan rekan bisnis, persaingan yang semakin ketat, dan pelanggan yang tidak puas.

Dari banyaknya permasalahan pada diri individu keputusan untuk berbisnis *online* tentu harus didasari oleh dorongan yang kuat baik dari dalam diri maupun dari luar diri pelaku bisnis *online*. Dorongan yang seperti itulah yang dapat mempengaruhi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam IAIN Jember menjalankan bisnis *online*. Sehingga dapat meningkatkan kemampuan dalam kegiatan usahanya dalam berbisnis.

Disisi lain dalam berbisnis juga terdapat hambatan-hambatan yang dapat menghalangi kelancaran bisnis juga bisa terjadi dalam bisnis *online*. Bisnis *online* memiliki banyak pesaing, sehingga di sinilah para wirausahawan atau pelaku bisnis dituntut harus memiliki kepercayaan akan kemampuan dirinya sendiri. Maka kemudian dari kepercayaan akan kemampuan dirinya itulah akan mendapat hasil yang diharapkan, kepercayaan akan kemampuan diri inilah yang disebut dengan efikasi diri (*self efficacy*).

Dimana salah satu ciri wirausaha yang sukses adalah mempunyai kemampuan yang tinggi. Ia optimis (Percaya dan yakin) bahwa apa yang dilakukan akan berhasil sesuai dengan harapannya (*self Efficacy*), walaupun banyak orang yang meragukan. Ketika memulai bisnis, meskipun awalnya bisnis kecil-kecilan, ia percaya dan mampu bahwa yang dilakukan merupakan sesuatu yang tepat. Dan ia selalu percaya dan yakin akan kemampuannya bahwa dirinya mampu memenangkan persaingan dengan cara yang sehat.

Maka kemudian Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk mendeskripsikan efikasi diri para mahasiswa untuk memulai usaha, dan memperkuat Kepercayaan diri akan kemampuan berwirausaha dan bagaimana Strategi bisnis Berbisnis *online* mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam IAIN Jember. Yang kemudian peneliti mengangkat tema ini kedalam judul “Analisis Efikasi Diri (*Self Efficacy*)

Wirausaha Pada Bisnis Online Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember”.

## **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana efikasi diri (*self efficacy*) wirausaha pada bisnis online mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember?
2. Bagaimana Strategi Pengembangan Wirausaha pada Bisnis Online Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mendeskripsikan efikasi diri wirausaha pada bisnis online mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan wirausaha pada bisnis online mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau menambah wawasan baru bagi pembaca. Terutama tentang efikasi diri Wirausaha pada Bisnis Online Mahasiswa.

Bagi peneliti yang masih baru, penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi, dan referensi. Dimana ada kemungkinan topik-topik penelitian ini ada yang selaras dengan topik yang akan diangkat oleh

peneliti baru. Sehingga dalam peneliti yang baru, ide gagasannya akan bersifat melengkapi ataupun lanjutan.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi pelaku ekonomi, baik mahasiswa maupun masyarakat luas. Dimana pembaca akan mendapat wawasan baru mengenai teori efikasi diri (*self efficacy*), teori kewirausahaan dan teori bisnis online. Sehingga para pembaca akan mengetahui efikasi diri berwirausaha pada bisnis online mahasiswa. Dan juga bagaimana menjadi wirausahawan yang mempunyai kepercayaan akan kemampuan dirinya yang tinggi dalam berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi sekarang dengan memanfaatkan internet yang disebut bisnis berbasis online.

## E. Definisi Istilah

### 1. Efikasi Diri (Efikasi Diri)

Bandura mendefinisikan efikasi diri sebagai kepercayaan seseorang atas kemampuan dirinya untuk menyelesaikan suatu pekerjaan. Atau dengan kata lain, kondisi motivasi seseorang yang lebih didasarkan pada apa yang mereka percaya dari apa yang secara objektif benar.<sup>5</sup>

### 2. Kewirausahaan

Istilah kewirausahaan merupakan padanaan kata dari *entrepreneurship* dalam bahas inggris. Kata *entrepreneur* sendiri

---

<sup>5</sup>Manda Andika dan Iskandarsyah Madjid. "Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Efikasi Diri terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala", (Jurnal Penelitian, *Eco-Entrepreneurship Seminar & Call for Paper "Improving Performance by Improving Environment*, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2012).

sebenarnya berawal dari bahasa Prancis yaitu *entreprendre* yang berarti peluang, pencipta, dan pengelola usaha. Istilah ini diperkenalkan pertamakali oleh Richard Cantillon pada tahun 1755.<sup>6</sup> Menurut Hisrich, kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung resiko keuangan, fisik serta resiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkan, serta kepuasan dan kebebasan pribadi.

### 3. Bisnis Online

Bisnis online atau bisa disebut *E-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumer*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang perantara (*intermediaris*), dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer networks*) yaitu internet. Dengan kata lain e-commerce adalah merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan, atau peralihan hak. Dalam pengertian lain, e-commerce adalah pembelian dan penjualan, pemasaran dan pelayanan serta pengiriman dan pembayaran produk, jasa dan informasi di internet dan jaringan lainnya, antara perusahaan berjangkauan dan pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis lainnya.<sup>7</sup>

Berdasarkan definisi-definisi diatas yang dimaksud dengan “Analisis efikasi diri (*self efficacy*) wirausaha pada bisnis online mahasiswa Program

---

<sup>6</sup>Suryana, *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Jakarta: Salemba Empat, 2016), 22.

<sup>7</sup>Gabriel F. Tharob, Elfie Mingkid, Ridwan Papatungan. “Analisis Hambatan Bisnis Online Bagi Mahasiswa UNSRAT,” (e-jurnal “Acta Diurna” VI, no.2, 2017).

Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember” adalah untuk menganalisis kepercayaan akan kemampuan diri dalam berwirausaha, yang dilakukan oleh mahasiswa ekonomi syariah, dan bagaimana seorang mahasiswa bisa melakukan kegiatan wirausaha dengan sumber daya yang ada dan juga bagaimana membentuk kemampuan ataupun kepercayaan dirinya dalam memanfaatkan peluang hingga kemudian mengambil keputusan untuk melakukan kegiatan wirausaha atau bisnis secara online.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

BAB I pendahuluan, yang berisi latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, metode penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II kajian pustaka, yang berisi tentang ringkasan kajian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan pada saat ini serta memuat tentang kajian teori.

BAB III metode penelitian, yang berisi tentang metode yang digunakan peneliti yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, keabsahan data dan yang terakhir tahapan-tahapan penelitian.

BAB IV hasil penelitian, yang berisi tentang inti atau hasil penelitian, objek penelitian, penyajian data, analisis data dan pembahasan temuan.

BAB V kesimpulan dan saran, yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilengkapi dengan saran dari peneliti.

## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Salah satu fase yang penting untuk dikerjakan oleh calon peneliti adalah penelusuran pustaka. Dalam penelitian, tampilan pustaka terdahulu bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai penelitian yang telah dikerjakan oleh peneliti terdahulu. maka perlu disajikan beberapa hasil kajian atau penelitian terdahulu yang fokus penelitiannya berkaitan dengan efikasi diri wirausaha pada bisnis online mahasiswa. Beberapa penelitian itu adalah sebagai berikut:

1. Shofia Mahshunah “*Hubungan Antara Self Efficacy dengan Intensi Berwirausaha (Penelitian Pada Siswa Kelas XII SMK Ibu Kartini Semarang*” 2010, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian berjumlah 74 orang yang ditentukan menggunakan teknik *proportional sampling*. pengukuran *self efficacy* dengan menggunakan skala.

Hasil penelitian menunjukkan variabel *self efficacy* pada subjek penelitian berada pada kategori tinggi yang berarti bahwa *self efficacy* siswa tinggi. Variabel intensi berwirausaha pada subjek penelitian tergolong tinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *self efficacy* dengan intensi berwirausaha dengan nilai  $r = 0,325$  dengan nilai signifikansi atau  $p = 0,007$ .

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terletak pada fokus masalah, dimana sama-sama tentang bagaimana efikasi diri yang dimiliki dalam berwirausaha. perbedaannya yaitu terletak pada metode penelitian, dimana penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penentuan subjek *proportional sampling*. Sedangkan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan penentuan subjek *purposive sampling*.

2. Nirmala Ummi Karimah “*Hubungan Antara Efikasi Diri dengan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta*”. 2016, Program Studi Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara efikasi diri dengan intensi berwirausaha, sumbangan efektif efikasi diri terhadap intensi berwirausaha, tingkat efikasi diri dan tingkat intensi berwirausaha.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan dengan *product moment* diperoleh nilai koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) sebesar 0,846; signifikansi ( $p$ ) = 0,000 ( $p < 0,01$ ), artinya ada hubungan positif yang sangat signifikan antara efikasi diri dengan intensi berwirausaha. Sumbangan efektif antara variabel efikasi diri terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa sebesar 71,6% dan 28,4% sisanya diperoleh dari variabel lainnya. Dari hasil penelitian ini juga diketahui bahwa efikasi diri dan intensi berwirausaha pada mahasiswa tergolong tinggi.



Persamaan Penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu terletak pada Variabel yang digunakan yaitu Efikasi Diri dan Kewirausahaan. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode yang digunakan, dimana penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan metode kualitatif.

3. Samsidar “*Hubungan Persepsi Mahasiswa Tentang Peluang Bisnis Rumahan Berbasis Online Shop dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa Angkatan 2013 Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jambi*” 2016, FKIP Universitas Jambi.

Penelitian ini merupakan penelitian korelasional, dilaksanakan pada mahasiswa angkatan 2013 prodi pendidikan ekonomi FKIP Universitas Jambi dengan objek penelitian 85 orang. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui angket, diolah menggunakan rumus korelasi sederhana dengan bantuan program SPSS *versi 16.0*.

Hasil analisis menunjukkan persepsi tentang peluang bisnis dalam kategori baik sedangkan minat berwirausaha mahasiswa cukup tinggi. Selanjutnya terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi mahasiswa tentang peluang bisnis rumahan berbasis *Online Shop* dengan minat berwirausaha mahasiswa yaitu sebesar 0,672 dengan  $t$  hitung = 8,261 >  $t$  tabel = 2,000 atau nilai sig. 0,000 < 0,05 artinya hipotesis  $H_a$  diterima.

Persamaan Penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terletak pada variabel yang digunakan yaitu bisnis online dan wirausaha.

Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada metode penelitian yang digunakan, di mana penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif.

4. Agustina Permatasari “*Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*” 2016, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling* karena peneliti memilih responden yang memenuhi persyaratan sesuai dengan objek penelitian.

Persamaan Penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terletak pada pemilihan tema yaitu wirausaha dan Efikasi Diri. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitiannya, di mana penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini menggunakan pendekatan kualitatif.

5. Willy Yusnandar “*Analisis Determinan Minat Berbisnis Online di Kalangan Mahasiswa*”. 2017, Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Jenis penelitian pada skripsi ini adalah penelitian eksplanatori yang bersifat asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Kurniawan, 2012). Khusus untuk penelitian ini, penulis bermaksud menganalisis hubungan pendidikan, lingkungan

dan ketersediaan layanan internet dengan minat mahasiswa untuk berbisnis online

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel faktor pendidikan, lingkungan dan ketersediaan layanan internet berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berbisnis online pada mahasiswa. Secara parsial, faktor pendidikan positif dan signifikan, dan faktor ketersediaan layanan internet berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berbisnis online. Sedangkan variabel lingkungan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan.

Persamaan Penelitian ini dengan Penelitian yang dilakukan terletak pada variabel yang digunakan yaitu berbisnis online kalangan Mahasiswa. Sedangkan perbedaannya terletak pada Metode yang digunakan, dimana penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan angket. Sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data Wawancara Observasi dan Dokumentasi.

6. Galih Noviantoro *“Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, motivasi berwirausaha dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”* 2017. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Penelitian ini termasuk penelitian survei. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan teknik pengumpulan adalah berupa angket/kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan: (1) Terdapat pengaruh positif Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Akuntansi FE UNY, (2) Terdapat pengaruh positif Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Akuntansi FE UNY, (3) Terdapat pengaruh positif Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Akuntansi FE UNY, (4) Terdapat pengaruh positif Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, dan Lingkungan Keluarga secara bersama-sama terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Akuntansi FE UNY.

Persamaan Penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu sama-sama membahas tentang bagaimana menumbuhkan minat berwirausaha dan subjek penelitian merupakan mahasiswa. Dan perbedaannya terletak pada metode penelitian yang digunakan, dimana pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif.

7. Akhmad Syarif Hidayat “*Mahasiswa Berwirausaha : Latar Belakang, Karakter dan Proses Menciptakan Usaha*” 2018. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan dengan penentuan subjek penelitian menggunakan *purposive sampling*. yaitu enam narasumber mahasiswa yang masih aktif berkuliah dan memiliki serta mengelola usaha di Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa memutuskan berwirausaha karena pengaruh faktor internal dan

eksternal. Faktor eksternal seperti pengaruh lingkungan pendidikan, keluarga, etnis, organisasi dan sejarah kerja. Mahasiswa wirausahawan memiliki karakter yang mendukung seperti suka berinovasi, percaya diri, senang dengan hal yang baru, senang dengan tantangan seperti mengambil resiko.

Persamaan Penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaannya yaitu terletak pada fokus penelitian dimana pada penelitian ini fokus pada latar belakang mahasiswa berwirausaha, karakter mahasiswa berwirausaha, dan proses menciptakan usaha baru. Sedangkan penelitian yang dilakukan yaitu fokus tentang efikasi diri berwirausaha pada bisnis online mahasiswa.

8. Anggun Anggita Kinasih Sunowo Putri “*Analisis Pengaruh Sikap Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Online Pada Situs Jejaring Sosial*” 2018, Program Studi Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan metode penentuan subjek penelitian yaitu *purposive sampling*. Dari hasil kuisioner 300 responden. Data telah ditabulasikan dan terbukti memiliki model persamaan struktural yang fit pada SEM. Hasil dari analisa data tersebut dengan metode SEM memberikan kesimpulan bahwa; 1) Kepercayaan memiliki pengaruh terhadap sikap konsumen generasi milenial, 2) Harga memiliki pengaruh terhadap sikap konsumen generasi milenial, 3) Kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap sikap konsumen generasi milenial, 4) Norma Subyektif memiliki pengaruh terhadap minat

beli *online* konsumen generasi milineal, 5) Sikap memiliki pengaruh terhadap minat beli *online* konsumen generasi milineal.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terletak pada variabel beli *online* atau. Perbedaannya terletak pada subjek yang digunakan dimana pada penelitian ini yang menjadi subjek penelitian yaitu para pembeli atau konsumen. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan yang menjadi subjek penelitian adalah para penjual atau wirausahawan. dan juga metode penelitian yang digunakan berbeda yaitu penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif.

9. Lia Pujiyati “*Analisis Strategi Pengembangan Wirausaha Pemuda dalam Mewujudkan Wirausahawan Mandiri dan Implikasinya terhadap Ketahanan Ekonomi Keluarga*”. 2018, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif . pengumpulan data penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, wawancara, kuesioner.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan wirausaha pemuda di BMT Al-Hasanah cabang Jati Agung belum dikatakan mandiri. Karena para wirausaha masih takut dalam mengambil resiko. Dan juga Strategi pemasaran belum maksimal dan kurangnya kemampuan manajemen. Implikasi strategi pengembangan

wirausaha pemuda dalam mewujudkan wirausahawan mandiri terhadap ketahanan ekonomi keluarga dikatakan sudah cukup dan tahan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Persamaan Penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terletak pada metode yang digunakan yaitu menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitian dimana penelitian ini yang menjadi subjek penelitian yaitu anggota BMT Al-Hasanah cabang Jati Agung Lampung Selatan, sedangkan penelitian yang dilakukan subjek yang diteliti yaitu mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Jember.

10. Nunuk Khomariyah “*Motivasi Bisnis Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa IAIN Jember*” 2019, Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Jember.

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus dan penelitian lapangan. Sementara teknik yang pengumpulan datanya menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan, dan keabsahan datanya menggunakan triangulasi sumber.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan 1) motivasi berbisnis mahasiswa dalam jual beli online yaitu : kebutuhan, hobi, keluarga, pendidikan, jenjang karier dan memanfaatkan waktu luang. 2) hambatan yang pernah terjadi pada mahasiswa IAIN Jember dalam menjalankan

bisnis online yaitu, modal, persaingan ketat, hutang konsumen, pengetahuan teknologi, kurangnya sarana, ketidakmampuan manajemen SDM, ketidakmampuan manajemen waktu. 3) solusi dalam menyelesaikan hambatan tersebut yaitu; menjual ulang barang, mengembangkan bisnis, menggunakan uang pribadi, pemahaman teknologi, perbaikan sarana, mengelola SDM dan manajemen waktu.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terletak pada variabel yang digunakan yaitu bisnis jual online pada mahasiswa. Dan juga metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan keabsahan data yang digunakan sama. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, dimana penelitian ini berfokus pada motivasi bisnis, sedangkan penelitian yang dilakukan fokus pada efikasi diri atau kepercayaan diri akan kemampuannya mengelola bisnis.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Shofia Mahshunah, Jurusan Psikologi Fakultas Pendidikan Universitas Negeri Semarang, 2010.	Hubungan Antara Self Efficacy dengan Intensi Berwirausaha (Penelitian Pada Siswa Kelas XII SMK Ibu Kartini Semarang	penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terletak pada fokus masalah, dimana sama-sama tentang bagaimana efikasi diri yang dimiliki dalam berwirausaha.	perbedaannya yaitu terletak pada metode penelitian, dimana penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penentuan subjek <i>proportional sampling</i> . Sedangkan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan penentuan subjek <i>purposive sampling</i> .



2.	Nirmala Ummi Karimah, Program Studi Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2016.	Hubungan Antara Efikasi Diri dengan Intensi Berwirausaha pad Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta	Persamaan Penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu terletak pada Variabel yang digunakan yaitu Efikasi Diri dan Kewirausahaan.	Perbedaannya terletak pada metode yang digunakan, dimana penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan metode kualitatif.
3.	Samsidar, FKIP Universitas Jambi, 2016.	“Hubungan Persepsi Mahasiswa Tentang Peluang Bisnis Rumahan Berbasis Online Shop dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa Angkatan 2013 Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jambi	Persamaan Penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terletak pada variabel yang digunakan yaitu bisnis online dan wirausaha.	Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada metode penelitian yang digunakan, dimana penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif.
4.	Agustina Permatasari, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016.	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.	Persamaan Penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terletak pada pemilihan tema yaitu wirausaha dan Efikasi Diri.	penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini menggunakan pendekatan kualitatif.
5.	Willy Yusnandar, Progran Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2017.	Analisis Determinan Minat Berbisnis Online di Kalangan Mahasiswa	Persamaan Penelitian ini dengan Penelitian yang dilakukan terletak pada variabel yang digunakan yaitu berbisnis online dikalangan	perbedaannya terletak pada Metode yang digunakan, dimana penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan

			Mahasiswa.	angket. Sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data Wawancara Observasi dan Dokumentasi.
6.	Galih Noviantoro, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2017.	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, motivasi berwirausaha dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta	Persamaan Penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu sama-sama membahas tentang bagaimana menumbuhkan minat berwirausaha dan subjek penelitian merupakan mahasiswa.	perbedaannya terletak pada metode penelitian yang digunakan, dimana pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif.
7.	Akhmad Syarif Hidayat, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018.	Mahasiswa Berwirausaha : Latar Belakang, Karakter dan Proses Menciptakan Usaha	Persamaan Penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. dan dengan penentuan subjek penelitian menggunakan <i>purposive sampling</i> .	Perbedaannya yaitu terletak pada fokus penelitian dimana pada penelitian ini fokus pada latar belakang mahasiswa berwirausaha, karakter mahasiswa berwirausaha, dan proses menciptakan usaha baru. Sedangkan penelitian yang dilakukan yaitu fokus tentang efikasi diri berwirausaha pada bisnis online mahasiswa.
8.	Anggun Anggita Kinasih Sunowo Putri, Program Studi Magister	Analisis Pengaruh Sikap Generasi Milenial	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan	Perbedaannya terletak pada subjek yang digunakan dimana pada penelitian ini

	Manajemen Universitas Islam Indonesia, 2018.	Terhadap Minat Beli Online Pada Situs Jejaring Sosial	terletak pada variabel beli <i>online</i> atau.	yang menjadi subjek penelitian yaitu para pembeli atau konsumen. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan yang menjadi subjek penelitian adalah para penjual atau wirausahawan. dan juga metode penelitian yang digunakan berbeda yaitu penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif.
9.	Lia Pujiyati, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, 2018.	Analisis Strategi Pengembangan Wirausaha Pemuda dalam Mewujudkan Wirausahawan Mandiri dan Implikasinya terhadap Ketahanan Ekonomi Keluarga.	Persamaan Penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terletak pada metode yang digunakan yaitu menggunakan pendekatan kualitatif. Dan juga membahas strategi pengembangan wirausaha	terletak pada subjek penelitian dimana penelitian ini yang menjadi subjek penelitian yaitu anggota BMT Al-Hasanah cabang Jati Agung Lampung Selatan, sedangkan penelitian yang dilakukan subjek yang diteliti yaitu mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Jember.
10.	Nunuk Khomariyah, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember. 2019.	Motivasi Bisnis Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa IAIN Jember	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terletak pada variabel yang digunakan yaitu bisnis jual online pada mahasiswa. Dan juga metode	Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, dimana penelitian ini berfokus pada motivasi bisnis, sedangkan penelitian yang dilakukan fokus pada efikasi diri atau kepercayaan diri akan kemampuannya

			penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan keabsahan data yang digunakan sama.	mengelola bisnis.
--	--	--	--	-------------------

## B. Kajian Teori

Dalam kajian teori ini peneliti menggunakan pendekatan teori efikasi diri, teori Kewirausahaan, dan teori bisnis online. Berikut peneliti paparkan dibawah ini.

### 1. Efikasi Diri (*Self Efficacy*)

Tingkah laku seseorang dalam situasi tertentu tergantung kepada resiprokal antara lingkungan dengan kondisi kognitif, khususnya faktor kognitif yang berhubungan dengan keyakinannya bahwa dia mampu atau tidak mampu melakukan tindakan yang memuaskan.<sup>8</sup>

Baron dan Byrne mengartikan efikasi diri sebagai keyakinan seseorang akan kemampuan atau kompetensinya atas kinerja tugas yang diberikan, mencapai suatu tujuan, atau dengan mengatasi hambatan. Individu yang memiliki efikasi diri tinggi dalam situasi tertentu akan menampilkan tingkah laku, motivasi, dan afeksi yang berbeda dengan individu yang memiliki efikasi diri yang rendah. Maksudnya adalah individu yang memiliki efikasi diri yang lebih tinggi memiliki motivasi yang tinggi pula terhadap tugas, sehingga akan berusaha untuk menyelesaikan tugas tersebut sebaik dan semaksimal mungkin. Semakin

---

<sup>8</sup>Shofia Mahshunah, “*Hubungan Antara Self Efficacy dengan Intensi Berwirausaha*”, (Skripsi, Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang, 2010), 27.

tinggi efikasi diri semakin tinggi pula untuk kerja individu dan berlaku sebaliknya.

Sehingga dapat disimpulkan dari uraian diatas bahwa efikasi diri adalah keyakinan yang ada pada diri seseorang bahwa individu tersebut mempunyai kemampuan untuk menentukan perilaku yang tepat sehingga dapat mencapai keberhasilan sesuai dengan apa yang diharapkan.

a. Aspek Efikasi Diri (*Self Efficacy*)

Menurut Bandura aspek-aspek efikasi diri atau *self efikasi* adalah sebagai berikut:<sup>9</sup>

- 1) *Outcome expectancy*, yaitu suatu perkiraan atau kemungkinan bahwa tingkah laku atau tindakan tertentu akan menyebabkan akibat yang khusus. Mengandung keyakinan sejauh mana perilaku tertentu akan mengungkap konsekuensi tertentu. Hal ini juga merupakan keyakinan mengenai kemungkinan bahwa tindakan khusus tersebut akan memberikan hasil akhir atau konsekuensi tertentu (harapan mengenai keefektifan arti perilaku tertentu dalam memproduksi hasil-hasil tersebut), atau harapan akan kemungkinan hasil dari perilaku.
- 2) *Efficacy expectancy*, yang sangat penting sebagai mediator social kognitif dalam melakukan suatu tindakan. Merupakan suatu keyakinan bahwa seseorang akan berhasil dalam bertindak sesuai dengan yang diharapkan. Aspek ini menunjukkan pada harapan

---

<sup>9</sup>Mahshunah, 28-29.

seseorang berkaitan dengan kesanggupan menyadari suatu perilaku yang dikehendaki. Hal ini lebih condong pada keputusan yang akan dilakukan seseorang dengan kemampuan yang ia miliki dan berkaitan dengan kesanggupan bertindak spesifik dalam situasi khusus.

- 3) *Outcome value*, merupakan nilai yang mempunyai arti konsekuensi-konsekuensi yang akan terjadi bila suatu perilaku dilakukan oleh individu.

Dalam hal ini peneliti kali ini mendasarkan aspek efikasi diri yang dikemukakan oleh Bandura yang meliputi *outcome expectancy*, *efficacy expectancy*, dan *outcome value* untuk mengungkap efikasi diri yang dimiliki oleh mahasiswa dalam hubungannya dengan efikasi diri wirausaha pada bisnis online.

b. Sumber Efikasi Diri (*Self Efficacy*)

Bandura mengatakan bahwa efikasi diri bisa diperoleh, diubah, ditingkatkan atau diturunkan, melalui salah satu atau kombinasi dari empat sumber, yaitu:<sup>10</sup>

- 1) Pengalaman Performansi

Pengalaman Performansi adalah prestasi yang pernah diperoleh di masa lalu. Sebagai sumber, performansi masa lalu yang bagus meningkatkan ekspektasi efikasi, sedangkan kegagalan akan menurunkan efikasi. Mencapai keberhasilan akan memberi

---

<sup>10</sup>Mahshunah, 30-31.

dampak efikasi yang berbeda-beda, tergantung proses pencapaiannya:

- a) Semakin sulit tugas, keberhasilan akan membuat efikasi semakin tinggi.
  - b) Kerja sendiri, lebih meningkatkan efikasi dibandingkan kerja kelompok, dibantu orang lain.
  - c) Kegagalan menurunkan efikasi, apabila orang merasa sudah berusaha sebaik mungkin.
  - d) Kegagalan dalam suasana emosional/stress, dampaknya tidak seburuk kalau kondisinya optimal.
  - e) Kegagalan sesudah orang memiliki keyakinan efikasi yang kuat, dampaknya tidak seburuk kalau kegagalan itu terjadi pada orang yang keyakinan efikasinya belum kuat.
  - f) Orang yang biasa berhasil, sesekali gagal tidak mempengaruhi efikasi.
- 2) Pengalaman orang lain (*Vicarious experience*)

Didapat melalui model social. Efikasi diri akan meningkat ketika individu mengamati keberhasilan orang lain. Sebaliknya, efikasi diri akan menurun apabila individu mengamati orang yang kemampuannya sama dengan dirinya ternyata gagal. Apabila figur yang diamati berbeda dengan dirinya, pengaruh vikarius tidak besar. Ketika individu mengamati kegagalan figur yang setara dengan dirinya, bisa saja individu tidak mau mengerjakan apa yang

pernah gagal dikerjakan figur yang diamatinya itu dalam jangka waktu yang lama.

### 3) Persuasi Sosial

Dampak dari persuasi social ini terbatas, tetapi pada kondisi yang tepat persuasi dari orang lain dapat mempengaruhi efikasi diri. Kondisi itu adalah rasa percaya kepada pemberi persuasi, dan sifat realistis dari apa yang persuasikan.

### 4) Keadaan Emosi

Keadaan emosi yang mengikuti suatu kegiatan akan mempengaruhi efikasi di bidang kegiatan itu. Emosi yang kuat dapat mengurangi efikasi diri. Tetapi efikasi diri yang dapat meningkat apabila terjadi peningkatan emosi.

Keempat sumber diatas dapat diubah dengan berbagai strategi yang diribgkas dalam tabel berikut:<sup>11</sup>

**Tabel 2.2**  
**Sumber Efikasi Diri**

Sumber	Cara Induksi	
Pengalaman Performansi	Participant Modelling	Meniru Model yang berprestasi
	Performance desenzation	Menghilangkan pengaruh buruk prestasi masa lalu
	Performance exposure	Menonjollkan keberhasilan yang pernah diraih
	Selfinstructed performance	Melatih diri untuk melakukan yang terbaik.
Pengalaman vikarius	Live modelling	Mengamati model yang nyata
	Symbolic modelling	Mengamati model simbolik, film, komik, cerita.
Persuasi	Suggestion	Mempengaruhi dengan kata-kata

<sup>11</sup><https://www.slideshare.net/ikhazetia/self-efficacy-efikasi-diri>, diakses tanggal 24 Maret 2020.



Verbal		berdasar kepercayaan
	Exhortation	Nasihat, peringatan yang mendesak/memaksa
	Self-instruction	Memerintah diri sendiri
	Interpretive treatment	Interpretasi baru memperbaiki interpretasi yang salah
Pembangkitan emosi	Attribution	Mengubah atribusi, penanggungjawab suatu kejadian emosional
	Relaxation biofeedback	Relaksasi
	Symbolic desensitization	Menghilangkan sikap emosional dengan modeling simbolik
	Symbolic exposure	Memunculkan emosi secara simbolik

Sumber: <https://www.slideshare.net/ikhazetia/self-efficacy-efikasi-diri>

### c. Proses Efikasi Diri

Efikasi diri juga dapat mempengaruhi tindakan seseorang. Bandura menjelaskan bahwa efikasi diri mempunyai efek pada perilaku manusia melalui berbagai proses yaitu proses kognitif, proses motivasi, proses afeksi dan proses seleksi.

#### 1) Proses Kognitif

Bahwa efikasi diri individu akan berpengaruh terhadap pola berfikir yang dapat bersifat membantu atau menghancurkan. Bandura menjelaskan bahwa serangkaian tindakan yang dilakukan manusia awalnya dikonstruksi dalam pikirannya. Pemikiran ini kemudian memberikan arahan bagi tindakan yang dilakukan manusia. Keyakinan seseorang akan efikasi diri mempengaruhi bagaimana seseorang menafsirkan situasi lingkungan, antisipasi yang akan diambil dan perencanaan yang akan dikonstruksi.

## 2) Proses Afektif

Efikasi diri mempengaruhi berapa banyak tekanan yang dialami dalam situasi-situasi yang mengancam. Orang yang percaya bahwa dirinya dapat mengatasi situasi-situasi yang mengancam akan merasa tidak cemas dan merasa terganggu oleh ancaman tersebut, sebaliknya individu yang tidak yakin akan kemampuannya dalam mengatasi situasi yang mengancam akan mengalami kecemasan yang tinggi.

## 3) Proses Seleksi

Menurut Bandura, efikasi memegang peranan penting dalam penentuan pemilihan lingkungan karena individu merupakan bagian dalam pembentukan lingkungan.

## 4) Proses Motivasi

Yang mengatakan bahwa individu yang memiliki efikasi diri yang tinggi akan meningkatkan usahanya untuk mengatasi tantangan. Menurut Bandura, bahwa motivasi seseorang dibangkitkan secara kognitif. Melalui kognitif seseorang memotivasi dirinya dan mengarahkan tindakannya berdasarkan informasi yang dimiliki sebelumnya.

### d. Peran Efikasi diri

Menurut Bandura, *Self Efficacy* atau efikasi diri akan mempengaruhi bagaimana individu merasakan, berpikir, memotivasi

diri sendiri dan bertingkah laku. Berikut peran efikasi diri bagi tiap-tiap individu:<sup>12</sup>

1) Tindakan individu

Efikasi diri menentukan kesiapan individu dalam merencanakan apa yang harus dilakukannya.

2) Usaha

Efikasi diri mencerminkan seberapa besar upaya yang dikeluarkan individu untuk mencapai tujuannya.

3) Daya tahan individu dalam menghadapi rintangan atau kegagalan

Individu dengan efikasi diri tinggi mempunyai daya tahan yang kuat dalam menghadapi rintangan atau kegagalan serta dengan mudah dapat mengembalikan rasa percaya diri setelah mengalami kegagalan.

4) Ketahanan individu dalam keadaan tidak nyaman

Individu dengan efikasi diri menganggap keadaan tidak nyaman sebagai suatu tantangan, dan bukan sebagai sesuatu yang harus dihindari.

5) Pola pikir

Pola pikir individu dengan efikasi diri tinggi tidak akan mudah terpengaruh dengan situasi lingkungan.

---

<sup>12</sup>Andrian Daylon Valentino, "Peran Self Efficacy," Dictio, 2 Oktober 2018, <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-efikasi-diri-atau-self-eficacy/117246/3>.

## 6) Stress dan Depresi

Individu dengan efikasi diri tinggi tidak akan mudah mengalami stress atau depresi.

## 7) Tingkat pencapaian yang akan terealisasi

Individu dengan efikasi diri tinggi dapat membuat tujuan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

e. Klasifikasi *self efficacy*

*Self Efficacy* dibagi menjadi dua yaitu *self efficacy* tinggi dan rendah.<sup>13</sup> Menurut Robert Kreitner & Angelo Kinicki, ada beberapa perbedaan pola perilaku antara seseorang yang mempunyai *self efficacy* tinggi dan rendah. Perbedaan pola perilaku (*behavioral pattern*) antara seseorang yang mempunyai *self efficacy* tinggi dengan seseorang yang mempunyai *self efficacy* rendah sebagai berikut:

*Self efficacy* tinggi:

- 1) Aktif memilih peluang terbaik
- 2) Mampu mengelola situasi, menghindari atau menetralkan hambatan
- 3) Menetapkan tujuan, menetapkan standar
- 4) Membuat Rencana, persiapan dan praktek
- 5) Bekerja keras
- 6) Kreatif dalam memecahkan masalah
- 7) Belajar dari kegagalan
- 8) Memvisualisasikan keberhasilan

---

<sup>13</sup>Nicky Setyowati, "Klasifikasi Efikasi," Dictio, 3 Oktober 2018, <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-efikasi-diri-atau-self-efficacy/117246/3>.

9) Membatasi stres

*Self efficacy* rendah:

1) Pasif

2) Menghindari tugas yang sulit

3) Aspirasi lemah dan komitmen rendah

4) Fokus pada kekurangan pribadi

5) Tidak melakukan upaya apapun

6) Berkecil hati karena kegagalan

7) Menganggap kegagalan adalah karena kurangnya kemampuan atau nasib buruk

8) Mudah khawatir, stress dan menjadi depresi

9) Memikirkan alasan untuk gagal

## 2. Kewirausahaan

### a. Pengertian Kewirausahaan

Istilah kewirausahaan merupakan padanan kata dari *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris. Kata *entrepreneur* sendiri sebenarnya berawal dari bahasa Prancis yaitu *entreprendre* yang berarti peluang, pencipta, dan pengelola usaha. Istilah ini diperkenalkan pertamakali oleh Richard Cantillon pada tahun 1755.<sup>14</sup> Menurut Hisrich, kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung resiko keuangan, fisik serta resiko social yang

---

<sup>14</sup>Suryana, *Kewirausahaan*, 22.

mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkan, serta kepuasan dan kebebasan pribadi. Menurut Coulter, kewirausahaan sering dikaitkan dengan proses, pembentukan, atau pertumbuhan suatu bisnis baru yang berorientasi pada perolehan keuntungan penciptaan nilai, dan pembentukan produk atau jasa baru yang unik dan inovatif. Menurut Meredith, wirausahawan adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan usaha mengumpulkan serta sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan dari padanya dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan kesuksesan.<sup>15</sup>

b. Karakteristik kewirausahaan dan Nilai Kewirausahaan

Ciri-ciri umum kewirausahaan dapat dilihat dari dari berbagai aspek kepribadian, seperti jiwa, watak, sikap, dan perilaku seseorang. Ciri-ciri kewirausahaan meliputi, yaitu percaya diri, berorientasi pada hasil, berani mengambil resiko, kepemimpinan, orisinalitas, dan berorientasi pada masa depan. Ciri – cirri tersebut dapat dilihat dari beberapa indikator sebagai berikut:

- 1) Penuh percaya diri, indikatornya adalah penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, dan bertanggung jawab.
- 2) Memiliki inisiatif, indikatornya adalah penuh energi, cekatan dalam bertindak dan aktif.

---

<sup>15</sup>Akhmad Syarif Hidayat, “*Mahasiswa Berwirausaha: Latar Belakang dan Proses Menciptakan Usaha*” (Skripsi, Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018), 15.

- 3) Memiliki motif berprestasi, indikatornya berorientasi pada hasil dan wawasan masa depan.
- 4) Memiliki jiwa kepemimpinan, indikatornya adalah berani tampil beda, dapat dipercaya, dan tangguh dalam bertindak.
- 5) Berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan, dan oleh karena itu menyukai tantangan.<sup>16</sup>

Penerapan masing-masing nilai sangat bergantung pada fokus dan tujuan masing-masing wirausahawan. Terdapat beberapa nilai hakiki penting dari kewirausahaan, yaitu:

- 1) Percaya Diri

Kepercayaan diri merupakan suatu paduan sikap dan keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas atau pekerjaan. Dalam praktik, sikap dan kepercayaan ini merupakan sikap dan keyakinan untuk memulai, melakukan, dan menyelesaikan tugas atau pekerjaan yang di hadapi. Oleh sebab itu, orang yang memiliki kepercayaan diri selalu memiliki nilai keyakinan, optimism, individualistis, dan ketidakberuntungan terhadap sesuatu. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri cenderung memiliki keyakinan akan kemampuan untuk keberhasilan.

- 2) Berorientasi Pada Tugas dan Hasil

Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil adalah orang yang selalu mengutamakan nilai-nilai motif

---

<sup>16</sup>Suryana, *Kewirausahaan*, 22.

berprestasi, berorientasi pada keberhasilan, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik dan berinisiatif. Berinisiatif artinya selalu ingin mencari dan memulai.

### 3) Keberanian Mengambil Resiko

Keberanian yang tinggi dalam menghadapi risiko dengan perhitungan matang dan optimisme yang dimiliki harus disesuaikan dengan kepercayaan diri. Oleh karena itu, optimism dan keberanian menghadapi risiko dalam menghadapi suatu tantangan dipengaruhi oleh kepercayaan diri. Kepercayaan diri juga ditentukan oleh kemandirian dan kemampuan diri sendiri.

### 4) Berorientasi ke Masa Depan

Orang yang berorientasi ke masa depan adalah orang yang memiliki perspektif dan pandangan ke masa depan. Karena memiliki pandangan yang jauh ke masa depan, ia selalu berusaha, berkarsa dan berkarya.

### 5) Kepemimpinan

Seorang wirausahawan yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan, dan keteladanan. Ia selalu ingin tampil beda, menjadi yang pertama dan lebih menonjol. Dengan menggunakan kemampuan kreatif dan inovasi, ia selalu menampilkan barang dan jasa-jasa yang dihasilkannya dengan lebih cepat, lebih dulu dan segera berada di pasar.



## 6) Keorisinalitasan: Kreativitas dan Inovasi

Kreativitas adalah kemampuan untuk berpikir yang baru dan berbeda, sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk bertindak baru dan berbeda. Nilai inovatif, kreatif, dan fleksibilitas merupakan unsur-unsur keorisinalitasan seseorang.<sup>17</sup>

### c. Strategi Pengembangan Wirausaha

#### 1) Perencanaan Usaha

Setelah ide untuk memulai usaha muncul, langkah pertama yang harus dilakukan adalah membuat perencanaan usaha. Menurut Peggy Lambing, perencanaan usaha adalah suatu cetak biru yang tertulis yang berisikan tentang misi usaha, usulan usaha, perincian financial, strategi usaha peluang pasar yang mungkin diperoleh, dan kemampuan serta keterampilan pengelolanya. Perencanaan usaha sebagai persiapan awal memiliki dua fungsi penting yaitu mencakup hal-hal sebagai berikut:

- a) Sebagai pedoman untuk mencapai keberhasilan manajemen usaha
- b) Sebagai alat untuk mengajukan kebutuhan permodalan yang bersumber dari luar.

#### 2) Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan adalah bagaimana mengusahakan sumber dana, menggunakan dan mengendalikan dana-dana

---

<sup>17</sup>Ali Musa Pasaribu, *Kewirausahaan Berbasis Agribisnis* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2012), 53.

perusahaan. Ada tiga aspek yang harus diperhatikan dalam pengelolaan keuangan, yaitu mencakup hal-hal berikut:<sup>18</sup>

- a) Aspek sumber dana.
  - b) Aspek rencana dan penggunaan dana.
  - c) Aspek pengawasan atau pengendalian keuangan.
- 3) Strategi Bisnis
- a) Teknik dan Strategi Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen, menghasilkan barang dan jasa, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa. Prinsip pemasaran adalah menciptakan nilai bagi pelanggan, keunggulan bersaing dan fokus pemasaran. Setelah memahami perencanaan usaha, langkah selanjutnya adalah mempelajari dan melatih bagaimana barang dan jasa yang dihasilkan itu di distribusikan atau dipasarkan. Sesuai dengan definisi pemasaran, yaitu kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen (*proble/search*), menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen (*product*), menentukan tingkat harga (*price*), mempromosikannya agar produk dikenal konsumen (*promotion*), dan mendistribusikan produk ketempat konsumen, maka tujuan pemasaran adalah bagaimana agar barang dan jasa

---

<sup>18</sup>Burhanudin Ridwan, Mahmud Fauzi, Ali said, *Kewirausahaan Dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadis*, (t.tp.: t.p., t.t.), 15.

yang dihasilkan disukai, dibutuhkan, dan dibeli oleh konsumen. Ini berarti, perhatian kita dalam pemasaran haruslah diawali dengan riset pemasaran, yaitu untuk meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen. Sesuai dengan tujuan pemasaran, maka inti pemasaran adalah penciptaan nilai yang lebih tinggi bagi konsumen daripada nilai yang diciptakan oleh pihak pesaing.<sup>19</sup>

Strategi usaha yang cocok dengan konsep tersebut adalah memproduksi barang dan jasa apa yang bisa dijual dan bukan menjual barang dan jasa apa yang bisa diproduksi. Strategi pertama sangat tepat dan sesuai dengan inti pemasaran, sedangkan strategi kedua tidak tepat karena tidak memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen. Prinsip dasar pemasaran yaitu menciptakan nilai bagi langganan (*customer value*), keunggulan bersaing (*competitive advantages*), dan fokus pemasaran. Tujuan pemasaran bukan mendapatkan langganan (*get customer*), akan tetapi memperbaiki situasi bersaing (*improve competitive situation*). Dalam konteks ini, wirausahawan harus mampu memproduksi barang dan jasa dengan mutu yang lebih baik, harga yang lebih murah, dan penyerahan yang lebih cepat daripada pesaing.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup>Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), 196.

<sup>20</sup>Hamali, 196.

b) Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran (*Marketing mix*) meliputi 5P yaitu: *probe/search, product, place, price, dan promotion.*

(1) Penelitian dan pengembangan pasar

Langkah pertama dalam kegiatan pemasaran adalah meliputi kebutuhan dan keinginan konsumen. Berapa jumlahnya, bagaimana daya belinya, dimana tempat konsumennya, dan berapa permintaan. Semua ini merupakan informasi penting bagi pemasaran produk baru. Menurut Peggy Lambing dan Charles L. Kuehl. Keunggulan bersaing perusahaan baru terletak pada perbedaan (diferensiasi) perusahaan tersebut dengan pesaingnya dalam hal-hal berikut:

- (a) Kualitas yang lebih baik.
- (b) Harga yang lebih murah dan bisa ditawar.
- (c) Lokasi yang lebih cocok, lebih dekat, lebih cepat.
- (d) Seleksi barang dan jasa yang lebih menarik.
- (e) Pelayanan yang lebih menarik dan lebih memuaskan konsumen.
- (f) kecepatan, baik dalam pelayanan maupun penyaluran barang.

## (2) Produk (*product*)

Produk selalu mengalami daur hidup yang terdiri atas tahap pengembangan, tahap pengenalan, tahap pertumbuhan penjualan, tahap kematangan, tahap kejenuhan dan penurunan Prinsip-prinsip pengembangan produk meliputi kesederhanaan, integritas, fokus pada orang, berdaya juang, kreativitas, dan resiko.

## (3) Tempat (*place*)

Tempat yang menarik bagi konsumen adalah tempat yang paling strategis, menyenangkan, dan efisien. Untuk mencapai sasaran tempat yang baik dapat dilakukan dengan jalan sebagai berikut:

- (a) Memperbanyak saluran distribusi, misalkan langsung ke konsumen atau tidak langsung, yaitu melalui para agen.
- (b) Memperluas segmentasi atau cakupannya, misal segmen local, regional, nasional, dan internasional.
- (c) Menata penampilan tempat usaha, misal tata etalase, dan posisi produk.
- (d) Menggunakan cara penyampaian barang seefisien mungkin.
- (e) Mengubah-ubah persediaan dari gudang yang satu ke gudang/tempat yang lain. Hal penting ini untuk mengendalikan persediaan dan penawaran.

#### (4) Harga (*price*)

Harga yang tepat adalah harga yang terjangkau dan yang paling efisien bagi konsumen. Wirausahawan bisa menciptakan harga yang paling efisien dengan inovasi dan kreatifitasnya. Menentukan harga yang tepat memerlukan banyak pilihan tidak saja berdasarkan pada intuisi, perasaan, tetapi juga harus berdasarkan pada informasi, fakta, dan analisis dilapangan. Wirausahawan harus mempertimbangkan beberapa faktor dalam menentukan harga.

#### (5) Promosi

Promosi adalah cara mengomunikasikan barang dan jasa yang ditawarkan supaya konsumen mengenal dan membeli. Tujuan promosi adalah untuk memperkenalkan barang dan jasa agar diketahui, dibutuhkan, dan diminta oleh konsumen. Agar barang dan jasa yang kita produksi dikenal, diketahui, dibutuhkan, dan diminta konsumen, wirausahawan harus segera melakukan usaha-usaha sebagai berikut:

- (a) Menginformasikan barang/jasa yang dihasilkan pada konsumen.
- (b) Bujuk konsumen agar mau membeli barang/jasa yang dihasilkan.

(c) Pengaruhi konsumen agar tertarik terhadap barang/jasa yang kita hasilkan.<sup>21</sup>

Ada beberapa jenis promosi, yaitu sebagai berikut:

(a) Iklan, misalnya melalui media cetak (majalah, surat kabar) atau elektronik (radio, TV, Internet, dan lain-lain).

(b) Promosi Penjualan, misalnya melalui pameran dagang, kuis berhadiah, hiburan, dan lain sebagainya.

(c) Wiraniaga, mempromosikan langsung barang itu ke konsumen.

(d) Humas, yaitu memublikasi barang melalui billboard, pamphlet 62

#### c) Manajemen dan Strategi Kewirausahaan

Para wirausahawan menggunakan proses inovasi sebagai alat pemberdayaan sumber-sumber untuk menciptakan suatu nilai barang dan jasa. Proses inovasi dikendalikan oleh kreativitas. Kreativitas merupakan mata rantai antara pengetahuan pengenalan cara baru untuk mengombinasikan sumber-sumber dan proses pengembangan pengetahuan secara sistematis kedalam suatu inovasi yang digunakan di pasar. Inovasi bahkan dipandang sebagai penciptaan sumber-sumber yang berbentuk penemuan kegunaan sesuatu dalam alam.

---

<sup>21</sup>Suryana, *Kewirausahaan*, 200.

Manajemen kewirausahaan menyangkut semua kekuatan perusahaan yang menjamin bahwa usahanya betul-betul eksis. Bila usaha baru ingin berhasil, wirausahawan harus memiliki empat kompetensi, diantaranya mencakup hal-hal berikut:

- (1) Fokus pada pasar, bukan pada teknologi.
- (2) Buat ramalan pendanaan bukan menghindari tidak terbiayainya perusahaan.
- (3) Bagun tim manajemen, bukan menonjolkan perorangan (*not a "one-person" show*)
- (4) Beri peran tertentu, khusus bagi wirausahawan penemu.

Jika manajemen kewirausahaan menyangkut lingkungan internal perusahaan (keputusan-keputusan taktis), maka strategi kewirausahaan menyangkut kesesuaian kemampuan internal dan aktivitas perusahaan dengan lingkungan eksternal, maka diperusahaan harus bersang dengan menggunakan keputusan-keputusan strategis. Dalam melakukan strategis usahanya, wirausahawan biasanya menggunakan salah satu strategi dari empat strategi berikut ini:

- (1) Berada pertama di pasar dengan produk dan jasa baru.
- (2) Posisikan produk dan jasa baru tersebut pada dasar ceruk/segmen (*niche market*) yang tidak terlayani.



(3) Fokuskan barang dan jasa pada relung yang kecil, tetapi bisa bertahan.

(4) Mengubah karakteristik produk, pasar, atau industry.

**Strategi pertama**, sering dipilih oleh wirausahawan, meskipun paling berisiko, setelah strategi pertama sukses, selanjutnya mempertahankan posisi kepemimpinan pasar (*market leader*).

**Strategi kedua**, menyangkut pengembangan keterampilan untuk menanggapi peluang yang diciptakan oleh perusahaan yang berada dipasar pertama. Yang sering terjadi adalah banyak peniru (*imitator*) memperbaiki atau memodifikasi barang dan jasa untuk menciptakan nilai yang lebih tinggi bagi pembeli. Bila demikian, wirausahawan perlu memindahkan daya saingnya ke segmen pasar lain dengan mendominasi segmen pasar kecil yang dipandang perusahaan besar tidak memiliki peluang.

**Strategi ketiga**, yaitu perubahan karakteristik produk, pasar, atau industry yang berbasis pada inovasi. Strategi ini dilakukan dengan mengubah produk dan jasa yang sudah ada, misalnya mengubah manfaat, nilai, dan karakteristik ekonomi lainnya. Strategi ini menciptakan inovasi dengan salah satu cara berikut:

- (1) Menciptakan manfaat
- (2) Meningkatkan nilai inovasi.
- (3) Beradaptasi dengan lingkungan social ekonomi pelanggan.
- (4) Menyajikan apa yang di anggap bernilai oleh pelanggan.

Dengan demikian perusahaan dapat bersaing apabila secara konsisten dan berkesinambungan memperbaiki produk, barang dan jasa atau proses itu sendiri.<sup>22</sup>

### 3. Bisnis Online/*E-commerce*

Bisnis online atau bisa disebut *e-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumer*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang perantara (*intermediaris*), dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer networks*) yaitu internet. Dengan kata lain *e-commerce* adalah merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan, atau peralihan hak. Dalam pengertian lain, *e-commerce* adalah pembelian dan penjualan, pemasaran dan pelayanan serta pengiriman dan pembayaran produk, jasa dan informasi di internet dan jaringan lainnya, antara perusahaan berjaringan dan pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis lainnya.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup>Suryana, *Kewirausahaan*, 223-225.

<sup>23</sup>Gabriel F. Tharob, Elfie Mingkid, Ridwan Papatungan. "Analisis Hambatan Bisnis Online Bagi Mahasiswa UNSRAT," (e-jurnal "Acta Diurna" VI, no.2, 2017).

a. Pemasaran *Online* (*Internet Marketing*)

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya terdapat individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Dalam konteks bisnis, pemasaran mencakup menciptakan hubungan pertukaran muatan nilai dengan pelanggan yang menguntungkan. Karena itu, pemasaran sering disebut dengan proses yang dilakukan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.<sup>24</sup>

Dalam melakukan proses pemasaran suatu perusahaan harus melakukan empat langkah dalam melakukan proses pemasaran diantaranya adalah perusahaan bekerja untuk memahami pelanggan, menciptakan nilai unggul bagi pelanggan, membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dan terakhir perusahaan menuai hasil dari menciptakan nilai unggul bagi pelanggan. Jadi Pemasaran merupakan interaksi yang berusaha untuk menciptakan hubungan pertukaran.

Sedangkan pemasaran *online* adalah menjual produk atau jasa menggunakan media internet atau jaringan, artinya kegiatan pemasaran dilakukan secara elektronik lewat internet atau jaringan cyber.

Pengertian pemasaran *online* menurut Kotler dan Armstrong,

---

<sup>24</sup>Anggun Anggita, "Analisis Pengaruh Sikap Generasi Milenial terhadap Minat Beli Online pada Situs Jejaring Sosial," (Tesis, Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 9-10.

pemasaran *online* adalah sisi pemasaran dari e-commerce yang terdiri atas kerja dari perusahaan untuk mengkomunikasikan, mempromosikan, dan menjual barang atau jasa melalui internet. Seni pemasaran *online* melibatkan proses menemukan strategi pemasaran yang tepat bagi target pasar tertentu sehingga memungkinkan untuk terjadi transaksi.

Menurut Philip Kotler ada tiga manfaat utama pemasaran *online* bagi pembeli potensial, yaitu sebagai berikut:

- 1) Memberikan kemudahan bagi pembeli potensial.
- 2) Mendapatkan informasi yang dibutuhkannya.
- 3) Menghindari penawaran barang atau jasa yang berlebihan.

Sedangkan manfaat untuk pemasar diantaranya karena sifatnya yang satu lawan satu dan interaktif, pemasaran *online* merupakan alat yang bagus untuk pembangun hubungan pelanggan yang membuat perusahaan dan pelanggannya lebih akrab. Pemasaran *online* dapat mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi. Pemasar *online* menghindari pengeluaran untuk perawatan alat-alat toko, sewa toko, listrik dan asuransi toko. Pemasaran *online* juga menawarkan keluwesan yang lebih baik, yang membuat pemasar dapat membuat penyesuaian yang berkelanjutan pada tawar dan programnya. Dimana pemasar dapat melakukan pemasaran *online* dengan empat cara, yaitu dengan menciptakan etalase toko elektronik, memasang iklan *online*,

berperan serta dalam forum internet, kelompok berita, atau komunitas *web*, atau menggunakan *e-mail online* atau *webcasting*.

Pemasaran dalam lingkungan terhubung dan menggunakan konektivitas telah menjadi media pendukung terbaik dalam pemasaran *online*. Sementara Internet dan *World Wide Web* telah memungkinkan apa yang kita sebut sebagai media baru, teori-teori yang mengarah pada perkembangan internet telah berkembang sejak tahun 1950-an. *Facebook, Twitter, Instagram, Linkln, Pinterest* dan *Google+* kini menjadi alat marketing dan meningkatkan merek dagang (*branding*) yang sangat efektif. Interaksi dua arah yang hangat dan natural merupakan kelebihan *Social Network Website* dibandingkan media promosi lainnya.

Pemasaran *Online* sangat banyak manfaatnya baik bagi pelanggan atau konsumen dan bagi para pemasar itu sendiri, di antara manfaat itu adalah:<sup>25</sup>

- 1) Manfaat bagi para pembeli atau pelanggan di antaranya yaitu:
  - a) Kemudahan

Para pelanggan dapat memesan produk 24 jam di mana pun mereka berada. Pelanggan tidak harus pergi ke tempat para perusahaan berjualan.

---

<sup>25</sup>Anggita, *Analisis Pengaruh Sikap Generasi Milenial*, 13-14.

b) Informasi

Para pelanggan dapat memperoleh setumpuk informasi komparatif tentang perusahaan, produk, dan pesaing tanpa meninggalkan kantor ataupun rumah mereka.

c) Rongrongan yang lebih sedikit

Para pelanggan tidak perlu menghadapi atau melayani bujukan dan faktor-faktor emosional, mereka tidak perlu antri dalam melakukan pembelian.

d) Pembeli dapat memesan barang sesuai dengan keinginan mereka.

Pembeli dapat secara langsung mengkomunikasikan keinginan mereka kepada perusahaan atas barang/jasa yang mereka butuhkan. Sehingga pembeli dapat mengetahui kelebihan serta kekurangan dari barang tersebut.

2) Manfaat bagi para pemasar

a) Penyesuaian yang cepat terhadap kondisi pasar.

Perusahaan dapat dengan cepat menambahkan produk pada tawaran mereka serta mengubah harga dan mendeskripsikan produknya.

b) Biaya yang lebih rendah

Para pemasar *online* dapat menghindari biaya pengelolaan toko dan biaya sewa, asuransi, serta prasarana yang menyertainya. Mereka dapat membuat katalog digital

dengan biaya yang jauh lebih rendah daripada biaya percetakan dan pengiriman katalog kertas.

c) Pemupukan hubungan

Pemasar *online* dapat berbicara dengan pelanggan dan belajar lebih banyak dari mereka. Pemasar juga dapat mendownload laporan yang berguna, atau demo gratis perangkat lunak para pemasar.

d) Pengukuran besarnya pelanggan

Para pemasar dapat mengetahui berapa banyak orang yang mengunjungi situs *online* para pemasar dan pelanggan yang singgah di situs yang dibuat oleh pemasar. Informasi itu dapat membantu pemasar untuk meningkatkan tawaran dan iklan mereka.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian ini bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya pelaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.<sup>26</sup> Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif agar peneliti dapat melakukan pendekatan secara langsung di lapangan.

Sedangkan jenis di dalam penelitian ini peneliti lebih menekankan pada deskripsi suatu kejadian dalam keadaan ilmiah atau apa adanya. Penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif ini, peneliti dapat memaparkan dan menceritakan kejadian yang ada dilapangan secara luas tanpa adanya rekayasa. Tujuan dari penelitian kualitatif deskriptif itu sendiri adalah untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat suatu fenomena yang terjadi.

Dengan metode ini, penulis dapat menghimpun data dari para narasumber tentang latar belakang wirausahawan, efikasi diri yang mereka miliki yang kemudian ditunjukkan dalam bagaimana mereka menciptakan dan menjelankan usahanya.

---

<sup>26</sup> Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 6.



## B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat di mana penelitian akan dilakukan.<sup>27</sup> Lokasi penelitian tersebut merupakan tempat penelitian yang diharapkan mampu memberikan informasi yang peneliti butuhkan dalam penelitian yang diangkat. Adapun lokasi penelitian ini yaitu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember. Karena peneliti menganggap jurusan ini merupakan tempat yang lebih berhubungan dengan studi bisnis ataupun kewirausahaan, sebagaimana sesuai dengan misi Fakultas yang nomor 2 bahwa “Melaksanakan dan megembangkan pendidikan akademik dan vokasi yang berkualitas, berwawasan *entrepreneurship* serta bereputasi nasional dan internasional,” dan juga ditambah dengan adanya program studi Ekonomi Syariah sehingga penelitian ini sangat tepat di laksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah.

## C. Subjek Penelitian

Untuk menentukan subjek penelitian sebagai sumber informasi dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive* atau penentuan informan ditentukan sendiri oleh peneliti dengan pertimbangan tertentu.<sup>28</sup> pertimbangan tersebut sesuai dengan karakteristik maupun tujuan dari tema penelitian ini

Adapun karakteristik informan yang akan dipilih menjadi sumber informasi adalah sebagai berikut:

---

<sup>27</sup>Babun Suharto dkk, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Press, 2017), 74.

<sup>28</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 85.

1. Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas FEBI IAIN Jember.
2. Telah menempuh mata kuliah kewirausahaan.
3. Memiliki, menjalankan, mengelola usaha sendiri ataupun kelompok secara konsisten.

Program Studi Ekonomi Syariah sebagai program studi yang secara umum di program untuk mencetak para generasi wirausaha, hal ini bisa dilihat dari visi misi dan tujuan Fakultas, kurikulum Program studi ataupun mata kuliah yang ada di Program Studi Ekonomi Syariah. Dimana dalam Program Ekonomi Syariah mata kuliah Kewirausahaan termasuk pada mata kuliah wajib yang harus ditempuh, sedangkan di Program Studi Perbankan Syariah (PS) Mata kuliah kewirausahaan sebagai mata kuliah pendukung, di Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf (Mazawa) sebagai mata kuliah pilihan, dan di Program Studi Akuntansi Syariah (AKS) tidak ada mata kuliah kewirausahaan. Sehingga dapat disimpulkan mata kuliah Kewirausahaan adalah mata kuliah utama di Program Studi Ekonomi Syariah, untuk Program Studi yang lain hanya mata kuliah pendukung ataupun sebagai mata kuliah pilihan yang tidak terlalu menjadi fokus dari Program Studi.

Dan pemilihan informan sesuai karakteristik diatas dimaksudkan untuk lebih memfokuskan pada aspek kemampuan diri, sumber kemampuan diri, dan proses dari pada kemampuan diri wirausaha dalam menjalankan bisnis online pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syarian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.

Adapun informan yang sesuai karakteristik dan ketentuan diatas dan dipilih sebagai subjek penelitian terdapat pada tabel dibawah ini:

1. Siti Hozamatul Mareta
2. Qory Stevany Oki
3. Nur Rofa
4. Meriyatul Qitbiah
5. Nur Wasiyanti
6. Khoiriyah Dini Hanifah
7. Rohmatus Sofiyah
8. Maulidiana Silmi Muafa
9. Andini Prastika Ikhtiarani
10. Misbahus Sururi
11. Sulistiya Ningrum
12. Mar'atus Sholikhah

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

1. Observasi

Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.<sup>29</sup> Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.

---

<sup>29</sup>Sugiyono, 145.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topic tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.<sup>30</sup>

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, surat kabar, dan lain-lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>31</sup>

## E. Teknik Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang telah diperoleh baik itu catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Kondensasi Data

*“Data condensation refers to the process of selecting data, focusing, simplifying, and transforming the data that appear in written-up*

---

<sup>30</sup>Sugiyono, 231

<sup>31</sup>Sugiyono, 240.

*notes or transcription*”<sup>32</sup>. Dalam kondensasi data merujuk kepada proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi dan mentransformasi data yang terdapat pada catatan lapangan maupun transkrip dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut.

a. *Selecting*

Peneliti harus bertindak selektif, yaitu menentukan dimensi-dimensi mana yang lebih penting, hubungan-hubungan mana yang mungkin lebih bermakna, dan sebagainya konsekuensinya, informasi apa yang dapat dikumpulkan dan dianalisis. Informasi-informasi yang dikumpulkan berhubungan dengan praktik jual beli dalam memaksimalkan pendapatan petani. Peneliti mengumpulkan seluruh informasi tersebut untuk memperkuat penelitian.<sup>33</sup>

b. *Focusing*

Memfokuskan data merupakan bentuk praanalisis. Pada tahap ini, peneliti memfokuskan data yang berhubungan dengan fokus penelitian. Tahap ini merupakan kelanjutan dari tahap seleksi data. Peneliti hanya membatasi data yang berdasarkan fokus penelitian, yaitu yang berhubungan dengan kemampuan diri wirausaha pada bisnis online mahasiswa.<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup>Matthew B. Milles dkk, *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*, (USA: Sage Publication, 2014), 12.

<sup>33</sup>Milles, 18.

<sup>34</sup>Milles, 19.

c. *Abstracting*

Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses, dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada di dalamnya. Pada tahap ini, data yang telah terkumpul dievaluasi, khususnya yang berkaitan dengan kualitas dan kecukupan data. Data yang dievaluasi yaitu yang berhubungan dengan kemampuan diri wirausaha yang dilakukan mahasiswa.

d. *Simplifying dan Transforming*

Data dalam penelitian ini selanjutnya disederhanakan dan ditransformasikan dalam berbagai cara, yakni melalui seleksi yang ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkan data untuk menyederhanakan data.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Data Display adalah kumpulan informasi yang terorganisir dan sistematis yang digunakan untuk penarikan kesimpulan dan aksi yang akan dilakukan selanjutnya.<sup>35</sup> Peneliti dapat dengan mudah memahami makna dari sebuah data yang sudah ada dan dapat merencanakan langkah kerja selanjutnya berdasarkan yang telah dipahami.

3. Kesimpulan, Penarikan/Verifikasi (*Concluding, Drawing/Verification*)

Dari permulaan pengumpulan data seseorang penganalisis kualitatif mulai mencari benda-benda mencatat, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan posisi. Peneliti yang

---

<sup>35</sup>Milles, 12.

berkompeten akan menangani kesimpulan-kesimpulan dengan longgar, tetap terbuka, dan skeptis.<sup>36</sup>

#### **F. Teknik Keabsahan Data**

Usaha-usaha yang hendak dilakukan peneliti untuk memperoleh keabsahan data-data temuan dilapangan. Agar diperoleh temuan yang abash, maka perlu diteliti keredibilitasnya dengan menggunakan teknik-teknik keabsahan data.<sup>37</sup> Pemeriksaan keabsahan data ini diterapkan dalam rangka membuktikan temuan hasil penelitian dengan kenyataan dilapangan. Pada penelitian ini peneliti menguji keabsahan data yang diperoleh menggunakan teknik triangulasi sumber.

Triangulasi Sumber berarti membandingkan dan mengecek data yang bersumber dari informan yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda data dicari melalui narasumber yaitu yang dijadikan sebagai sarana mendapatkan informasi dan data.<sup>38</sup> Triangulasi Sumber adalah untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber.<sup>39</sup>

#### **G. Tahapan-tahapan Penelitian**

Untuk mengetahui proses yang dilakukan peneliti hingga akhir maka perlu diuraikan tahap-tahap penelitian. Tahap penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam proses penelitian adalah sebagai berikut:

---

<sup>36</sup>Milles, 16-17.

<sup>37</sup>Suharto, *Metode Penulisan*, 47.

<sup>38</sup>Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 126.

<sup>39</sup>Sugiyono, *Metode Penelitia*, 274.

1. Tahap Pra Lapangan
  - a. Menyusun Rencana Penelitian
  - b. Memilih Lapangan Penelitian
  - c. Mengurus Perizinan
  - d. Menjajaki dan Menilai Lapangan
  - e. Memilih dan Memanfaatkan Informan
  - f. Menyiapkan perlengkapan penelitian

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini peneliti mulai mengadakan kunjungan langsung ke lokasi penelitian dan juga kepada informan yang sudah ditentukan.

3. Tahap Penyusunan Laporan

Tahap ini merupakan tahap akhir dari proses penelitian. Pada Tahap ini pula peneliti mulai menyusun laporan dan mempertahankan hasil penelitian.



## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Objek Penelitian**

Lokasi yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember, dimana peneliti menfokuskan penelitiannya pada mahasiswa Ekonomi Syariah. Untuk lebih mengetahui tentang masalah gambaran dan objek penelitian. Maka, akan dikemukakan secara sistematis tentang objek penelitian sebagai berikut:

##### **1. Sejarah Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember**

Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam IAIN Jember pada awalnya adalah bagian dari Jurusan Syari'ah yang pada waktu itu masih berstatus STAIN pada tahun 2012, dengan diawali berdirinya Program Studi Perbankan Syari'ah (PS), yang kemudian diikuti dengan Program Studi baru yaitu Ekonomi Syari'ah (ES) pada tahun 2013. Namun pada tahun 2014 STAIN Jember telah beralih status menjadi IAIN Jember dengan konsekuensi harus memperbanyak Fakultas dan Progran Studi.

Dari situlah awal pemisahan Program Studi Perbankan Syari'ah dan Program Studi Ekonomi Syari'ah, yang kemudian berdiri dalam Fakultas tersendiri yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Jember, kenapa harus dipisahkan dengan Fakultas syari'ah, karena Fakultas Syari'ah adalah murni berbasis Hukum, sedangkan Prodi Perbankan Syari'ah dan Ekonomi Syari'ah adalah berbasis ekonomi, sehingga harus dipisah dengan beda Fakultas.

Setelah berdiri Fakultas sendiri, FEBI merupakan salah satu Fakultas yang banyak diminati oleh masyarakat untuk mengarahkan putra-putrinya dalam menuntut ilmu dan merupakan salah satu Fakultas favorit di IAIN Jember setelah Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK). Untuk mengakomodir minat masyarakat tersebut, maka FEBI mendirikan Program Studi baru sebagai pilihan dalam disiplin ilmu ekonomi, sehingga pada tahun 2015 berdirilah Program Studi baru yaitu Akuntansi Syari'ah (AKS).

Adapun berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tersebut berdasarkan pada Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 6 tahun 2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Jember, bahwa organisasi Institut Agama Islam Negeri Jember telah mendapat persetujuan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor: B/5773/M.PANRB/12/2014, tanggal 29 Desember 2014, Perihal: Organisasi dan Tata Kerja 9 (sembilan) Institut Agama Islam Negeri (IAIN), dan di jelaskan pada pasal 11 yang berbunyi: Fakultas pada Institut terdiri dari:

- a. Tarbiyah dan Ilmu Keguruan;
- b. Syariah;
- c. Dakwah;
- d. Ushuluddin, Adab, dan Humaniora; dan
- e. Ekonomi dan Bisnis Islam.

Maka dari keputusan itulah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berhak menjalankan kegiatan Fakultasnya.

## 2. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember

### IDENTITAS

#### Identitas Berikut ini mengenai Institut

Nama Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN)  
Jember

Alamat : Jl. Mataram No. 1 Mangli Kec. Kaliwates  
Kab. Jember

No. Telepon : (0331) 487550

No. Faksimili : (0331) 427005

*Homepage dan E-Mail* : [www.iain-jember.ac.id](http://www.iain-jember.ac.id)

Nomor dan Tanggal  
SK Pendirian Institusi : SK Menteri Agama No. 4 Tahun 2966, 14  
Februari 1966

Pejabat yang Menerbitkan SK : Menteri Agama

#### Identitas Berikut ini mengenai Fakultas

Nama Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
(FEBI)

Alamat : Jl. Mataram No. 1 Mangli Kec. Kaliwates  
Kab. Jember

No. Telepon : (0331) 487550

No. Faksimili : (0331) 427005

*Homepage dan E-Mail* : <http://febi-iainjbr.blogspot.co.id> dan  
[febiainjember@gmail.com](mailto:febiainjember@gmail.com)

Nomor dan Tanggal  
SK Pendirian Institusi : SK Menteri Agama No. 4 Tahun 2966, 14  
Februari 1966

yang Menerbitkan SK : Presiden RI

Program Studi yang dikelola oleh Fakultas:

- a. Program Studi Perbankan Syariah
- b. Program Studi Ekonomi Syariah
- c. Program Studi Akuntansi Syariah
- d. Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf

### **3. Visi, Misi dan Tujuan**

#### **a. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

##### **Visi**

Menjadi Fakultas yang Unggul dan Profesional dalam Pengembangan Ilmu Ekonomi

##### **Misi**

FEBI IAIN Jember menetapkan misi sebagai berikut:

- 1) Melaksanakan tata kelola fakultas yang transparan dan akuntabel;
- 2) Melaksanakan dan megembangkan pendidikan akademik dan vokasi yang berkualitas, berwawasan *entrepreneurship* serta bereputasi nasional dan internasional;
- 3) Mengembangkan kajian ekonomi islam, perbankan islam, zakat dan wakaf, dan akuntansi syariah beorientasi kebutuhan masyarakat melalui kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang yang kreatif, inovatif dan berwawasan keislaman;
- 4) Mengmbangkan jejaring kerjasama dengan *stakeholders* di dalam dan di luar negeri;

## Tujuan

Berdasarkan misi yang telah ditetapkan, tujuan FEBI IAIN Jember disajikan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember**

<b>Kode</b>	<b>Tujuan</b>
T1	Menjadi fakultas yang memillik tata kelola transparan dan kauntabel
T2	Menjadi fakultas yang unggul dalam pelaksanaan pembelajaran pendidikan akademik dan vokasional
T3	Menjadi pusat penelitian dan pengabdian kepada masyarakat bidang ekonomi islam, perbankan islam, sakat dan wakaf dan Akuntansi berbasis nilai keislaman dan kearifan lokal.
T4	Mewujudkan kerjasama dengan <i>stakeholders</i> di dalam maupun di luar negeri

### b. Visi, Misi dan Tujuan Program Studi Ekonomi Syariah

#### Visi

Pada Tahun 2020 Menjadi Program Studi yang menghasilkan Sarjana Unggul di Bidang Ekonomi Pembangun Syariah

#### Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran untuk menghasilkan sumber daya insani yang berkualitas dan berdaya saing dalam bidang ekonomi dibidang ekonomi pembangunan.
- 2) Melaksanakan penelitian yang relevan dan aktual dengan penekanan pada tema-tema ekonomi pembangunan syariah
- 3) Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat berbasis pengembangan ekonomi pembangunan syariah.

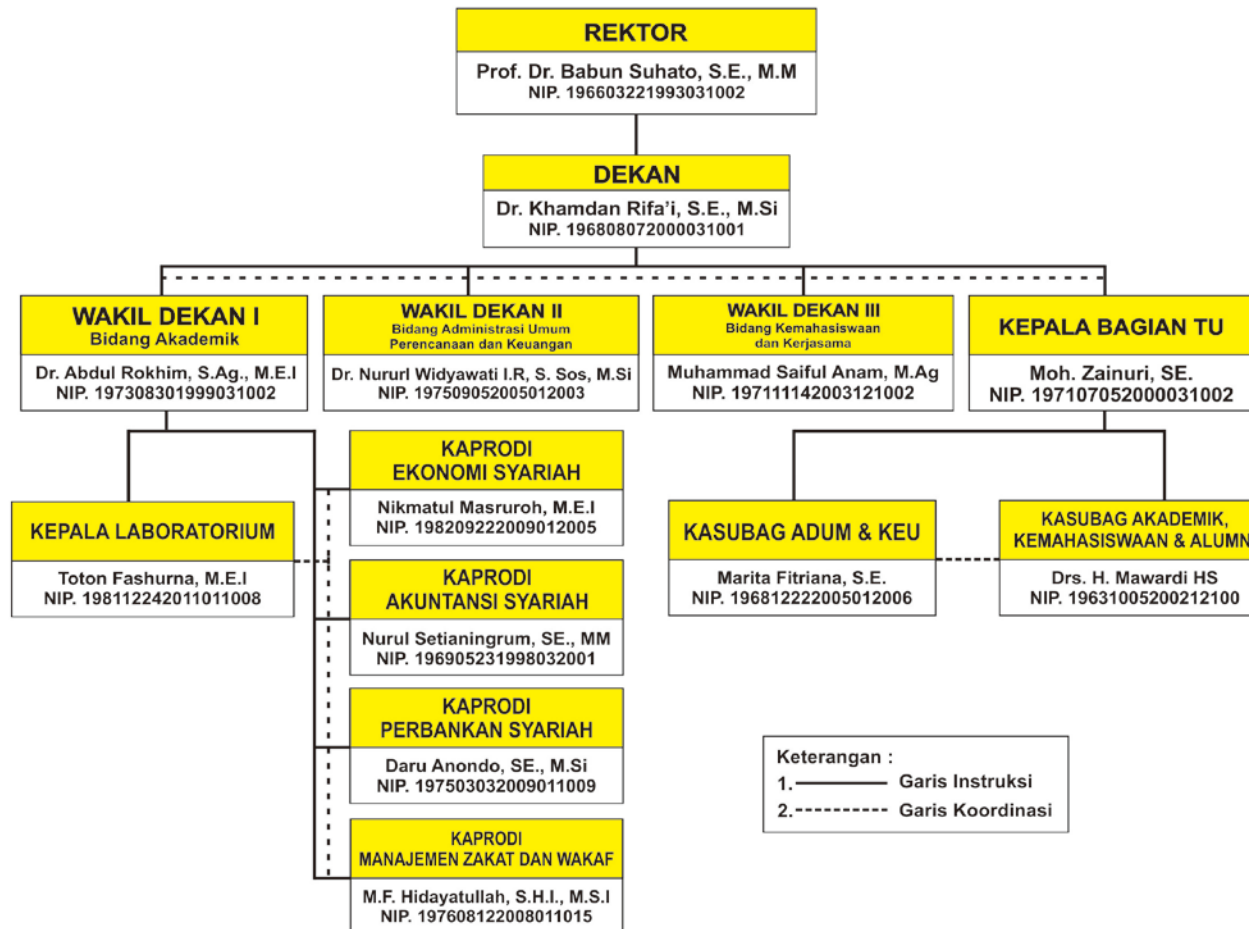
- 4) Menjalin kerjasama yang produktif dengan lembaga-lembaga pemerintah maupun non pemerintah baik di dalam negeri maupun di luar negeri dalam bidang ekonomi pembangunan syariah.

### **Tujuan**

- 1) Terselenggaranya pendidikan dan pengajaran untuk menghasilkan sumber daya insani yang berkualitas dan berdaya saing dalam bidang ekonomi dibidang ekonomi pembangunan.
- 2) Terlaksananya penelitian yang relevan dan aktual dengan penekanan pada tema-tema ekonomi pembangunan syariah
- 3) Terlaksananya pengabdian kepada masyarakat berbasis pengembangan ekonomi pembangunan syariah.
- 4) Terjalinnnya kerjasama yang produktif dengan lembaga-lembaga pemerintah maupun non pemerintah baik di dalam negeri maupun di luar negeri dalam bidang ekonomi pembangunan syariah.

#### 4. Struktur Organisasi

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember**



## B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data dan analisis adalah bagian yang mengungkapkan data dihasilkan dalam penelitian yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan dianalisa dengan data *relevan*. Sebagaimana telah dijelaskan bahwa dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai alat untuk mendukung penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian, maka akan diuraikan data-data tentang kemampuan diri (*self efficacy*) wirausaha pada bisnis online mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember. Secara berurutan akan disajikan data-data hasil penelitian yang mengacu pada rumusan masalah, sebagai berikut:

### 1. Efikasi diri (*self efficacy*) wirausaha pada bisnis online mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam IAIN Jember

#### a. Aspek Efikasi Diri (*Self Efficacy*)

Tiga aspek sebagai perkiraan kemungkinan yang akan terjadi ataupun konsekuensi-konsekuensi yang akan diterima apabila dilakukan oleh individu, yaitu, Harapan Hasil (*Outcome expectancy*), Harapan Kemampuan (*Efficacy expectancy*) dan Nilai hasil (*Outcome value*).<sup>40</sup> Ketiga aspek ini menjadi aspek yang ada pada diri mahasiswa Ekonomi Syariah dalam menjalankan usaha bisnisnya, dimana ketiga aspek tersebut sebagai perkiraan konsekuensi antara hasil yang

---

<sup>40</sup>Mahshunah, *Hubungan Antara Self Efficacy*, 27.



diharapkan, harapan kemampuan dirinya, dan perkiraan hasil yang akan didapatkan.

Sebagaimana disampaikan dalam kutipan wawancara berikut oleh Siti Hozamatul Mareta yang menyatakan bahwa:

“Awalnya saya itu berpikir dengan berwirausaha itu enak bisa memegang uang sendiri setiap hari, kerja tergantung kita gak ada keterikatan, kita yang mengatur waktu sendiri. Intinya kerjanya kita yang atur semua tidak diatur oleh orang. Dan ternyata setelah coba-coba ikut mulai ada yang beli dan terus sampai sekarang ini sudah banyak customer bahkan punya member, lama-kelamaan saya terbiasa dan mampu melakukan kegiatan ini, dan sangat senang rasanya tidak jadi beban meskipun orderan makin banyak, dan hasilnya syukur alhamdulillah apa yang saya harapkan benar terjadi, saya bisa memegang uang sendiri dari usaha saya sendiri.”<sup>41</sup>

Pernyataan ini juga disampaikan oleh Nur Wasyanti sebagai berikut:

“Sebenarnya sih awalnya coba-coba, eh pas tau bisnis itu mendatangkan banyak manfaat jadi lanjut terus ikut jualan dengan promosi-promosi produk. dan saya orangnya tidak terlalu profit oriented, Jadi diambil pengalamannya yang penting selalu lakukan yang terbaik, ya akhirnya dapat uang juga bisa buat tambahan uang jajan sendiri meskipun tidak banyak.”<sup>42</sup>

Pernyataan ini juga disampaikan oleh Misbahus Syururi yang menyatakan bahwa:

“Punya ide untuk wirausaha awalnya Cuma ngeliat sih orang punya bisnis pribadi, kok kayaknya enak ya hanya lewat online kita sudah bisa jualan dan mendapatkan hasil. Dan juga saya di perkuliahan sudah belajar ilmu wirausaha jadi saya rasa punya sedikit modal keberanian mencoba tidak ada salahnya untuk saya lakukan. Awalnya saya ikut jadi reseller, kemudian lambat laun orang banyak yang mengenal dan percaya untuk membeli

---

<sup>41</sup> Siti Hozamatul Mareta, *Wawancara*, Jember, 1 April 2020.

<sup>42</sup> Nur Wasyanti, *Wawancara*, Jember, 30 Maret 2020.

produk saya hingga akhirnya saya berani jual sendiri sampai sekarang.”<sup>43</sup>

Pernyataan ini juga disampaikan oleh Khoiriyah Dini Hanifah dalam ungkapannya sebagai berikut:

“awalnya memang ada dorongan dan keinginan diri sendiri, ingin pegang uang sendiri, ya hitung-hitung buat tambahan uang jajan dan membeli keperluan saya sendiri. Karena dilihat dari perkembangan omset setiap harinya saya meningkat. Alhamdulillah, sangat bermanfaat sekali, mencukupi dalam memnuhi keinginan sendiri bisa pakai uang sendiri.”<sup>44</sup>

Penjelasan lain juga disampaikan oleh Meriyatul Qitbiyah sebagai berikut:

“awalnya Terinspirasi dari orang lain, melihat kalau orang berwirausaha itu sepertinya enak, akhirnya coba-coba, nyaman dan jalan sampai sekarang. Alasan lain kenapa saya tertarik berwirausaha, yang jelas karena ekonomi iya, saya kan kuliah di biyai ibu sendiri, ibu sama bapak kan sudah cerai, dan cuma ibu yang biyai saya, nah dari sana saya minat berwirausaha, sampai skrang, awalnya yang hanya coba-coba tapi kalau skrang sudah seperti jadi hobi. apa yang saya lakukan skrang adalah kebanggaan tersendiri bagi saya. Yang namanya berbisnis kan tak harus bisnis yang besar, dan meskipun saya cuma berbekal modal pas-pasan, iya alhamdulillah masih bisa menekuni usaha ini samapai sekarang walaupun hasilnya tidak seberapa, Cuma lumayan lah buat uang jajan sendiri dan membantu meringankan beban orang tua.”<sup>45</sup>

Pernyataan ini juga disampaikan oleh narasumber lain yaitu Maulidiana Silmi Muafa sebagai berikut:

“Awalnya memulai usaha karena keinginan sendiri, karena ingin bisa kemana-mana pakai uang sendiri, beli ini itu sesuai dengan kemauan dan bisa memberikan sesuatu untuk orang tua tanpa minta uang dari orang tua. Dengan modal awal yang masih minim dari tabungan sendiri, tapi dari modal yang kecil itu membuat saya tetap semangat, Optimis dan yakin jika kita

<sup>43</sup> Misbahus Syururi, *Wawancara*, Jember, 31 Maret 2020.

<sup>44</sup> Khoiriyah Dini Hanifah, *Wawancara*, Jember, 2 April 2020.

<sup>45</sup> Meriyatul Qitbiyah, *Wawancara*, Jember, 3 April 2020.

berusaha pasti akan berhasil meski tingkat keberhasilan setiap orang bervariasi. Kemudian dari modal itu setiap penjualan saya selalu berpikir bagaimana modal itu bisa bertambah banyak sehingga dan bisa membuat usaha terus berkembang.”<sup>46</sup>

Pernyataan ini juga disampaikan oleh Qory Stevany Oki dalam ungkapannya sebagai berikut:

“awalnya saya berpikir bagaimana waktu saya digunakan tidak sia-sia, dan juga untuk mengisi kehabisan, untuk isi waktu luang, iseng bikin bahan promosi barang dan share di story WhatsApp, ternyata banyak yg minat dan menurut saya itu seru. Untuk modal saya tidak terlalu memikirkan karena modal itu dari customer, customer membayar terlebih dahulu sejumlah pesanan dengan cara transfer, kemudian pesanan akan diproses. Jadi mudahnya saya disitu. dan sejauh ini alhamdulillah mampu tetap konsisten promosi-promosi barang dan sampai menjualkannya. Dan bagi saya itu suatu prestasi ketika saya dapat menyelesaikan pesanan tepat pada waktunya, dan sesuai permintaan customer. Dari situ saya mendapatkan kesenangan yang mungkin tak bisa dihitungkan besarnya.”<sup>47</sup>

Pernyataan ini juga disampaikan oleh Sulistiya Ningrum dalam ungkapannya sebagai berikut:

“Awalnya memang suka jualan tapi banyak bosennya, terus liat teman sukses diumur yang sama, di umur 20 tahun waktu itu, dia bisa beli mobil sendiri, benerin rumah sendiri hanya dengan jualan online, dari situ saya berfikir masak saya gabisa, jadi mulai semangat lagi. Bahkan saya selalu bermimpi dan berangan-angan bahwa jika anak se-IAIN membeli produk saya berapa banyak yang akan saya dapat, makanya saya selalu semangat ngejalanin usaha ini meskipun meskipun harus memulai dari yang kecil dulu. Akhirnya yang awalnya buka bisnis online karena ngisi waktu luang pas gak kuliah, iseng-iseng, ternyata sekarang ketergantungan dan menyenangkan menurut saya.”<sup>48</sup>

Penjelasan ini juga disampaikan oleh Rohmatus Sofiyah sebagai berikut:

---

<sup>46</sup> Maulidiana Silmi Muafa, *Wawancara*, Jember, 4 April 2020

<sup>47</sup> Qory Stevany Oki, *Wawancara*, Jember, 4 April 2020

<sup>48</sup> Sulistiya Ningrum, *Wawancara*, Jember, 1 April 2020

“Sebenarnya saya tidak mempunyai pengalaman berwirausaha atau jualan, awalnya saya hanya coba-coba untuk jualan online ikut teman saya di kelas jadi reseller, dari situ saya mulai menawarkan barang melalui media sosial terutama di WhatsApp. Bagi saya bisa menjual 1 barang menurut saya adalah suatu prestasi yaa, ditambah konsumen puas itu cukup bangga. Meskipun saya masih males-melesan tidak bisa konsisten tiap hari promosi barang, yaa Cuma buat ngisi waktu kosong saja.”<sup>49</sup>

Pernyataan ini juga disampaikan oleh Andini Prastika Ikhtiarani dalam ungkapannya sebagai berikut:

“Awal mulanya diajak temen kosan untuk menghadiri seminar dan ternyata setelah seminar kita di kenalkan oleh salah satu brand produk kecantikan dan kesehatan, mereka bercerita pendapatan mereka setiap bulannya dan itu yg membuat saya tertarik tanpa berfikir ulang. Dengan modal pertama dari tabungan sendiri dari uang saku yang didapat dari orang tua. Lambat laun saya selalu menyisihkan keuntungan yg didapat. Sampai sekarang tidak hanya terpaku satu produk, produk apapun itu selama masih dibutuhkan konsumen saya jual.”<sup>50</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat dipahami bahwa mahasiswa dalam menjalankan kegiatan usaha jualan online tidak terlepas dari tiga aspek dari kemampuan diri (*Self Efficacy*). Dimulai dari Harapan Hasil (*Outcome expectancy*) yang akan didapat apakah bisa sesuai dengan harapan atau tidak, kemudian Harapan Kemampuan (*Efficacy expectancy*) dirinya untuk melakukan tindakan mampu atau tidak mampu, dan sampai Nilai hasil (*Outcome value*) yang sudah diperoleh apakah sudah sesuai dengan usahanya.

Kepercayaan akan kemampuan diri pada mahasiswa diatas sudah dibuktikan dengan usaha yang sudah dilakukannya, dan juga

---

<sup>49</sup> Rohmatus Sofiyah, *Wawancara*, Jember, 2 April 2020.

<sup>50</sup> Andini Prastika Ikhtiarani, *Wawancara*, Jember, 3 April 2020.

dampak ataupun hasil yang diperoleh setiap individu sudah bisa membuat percaya bahwa apa yang di lakukan berhasil.

b. Sumber Efikasi Diri (*Self Efficacy*)

Efikasi Diri bisa diperoleh, diubah, ditingkatkan atau diturunkan, melalui salah satu atau kombinasi dari empat sumber, yaitu, 1) Pengalaman Performansi; 2) Pengalaman orang lain (*Vicarious experience*); 3) Persuasi Sosial 4) Keadaan Emosi.<sup>51</sup> Efikasi Diri Setiap mahasiswa didapat dengan cara yang berbeda sesuai dengan kondisi dirinya, hal ini dapat dilihat dari pengalaman dirinya, melihat pengalaman orang lain, keadaan sosial atau lingkungannya, dan keadaan emosinya.

Sebagaimana dalam kutipan wawancara disampaikan oleh Informan ke 1 saudari Nur Wasyanti sabagai berikut:

“Untuk mendapatkan pengalaman kita harus terjun dulu kelapangan, awalnya coba-coba dan akhirnya memutuskan untuk ngejalanin. Dan untuk prestasi dalam bisnis saya tidak ada, diluar itu ada prestasi saya juara peringkat kelas, juara fashion show, pernah, menjabat ketua HMPS, itu pengalaman yang menurut saya bisa sampai sekrang percaya diri melakukan apapun. Selain pengalaman sendiri saya belajar dari bapak, bapak orangnya sabar, telaten, tangguh, dan pantang menyerah. Kalau Respon dari lingkungan sekitar pasti ada misalnya cibiran, produknya mahal lah ini lah, itu sudah biasa. anggap saja itu vitamin agar kita tambah semangat buat berkarya. Dan untuk yang mensupport pastinya sangat mempengaruhi semangat terutama orang tua dan orang-orang terdekat. Meraka selalu mendukung apapun yang saya lakukan selama itu baik, tapi kalau yang melarang untuk berwirausaha tidak ada sama sekali yang melarang. Ditengah-tengah sibuknya mecapai target

---

<sup>51</sup>Mahshunah, *Hubungan Antara Self Efficacy*, 30-31.

atau tugas supaya keadaan emosi saya bisa kembali stabil biasanya refreasing di bawa jalan liburan gitu.”<sup>52</sup>

Hasil wawancara dengan informan ke 2 yakni Siti Hozamatul

Mareta mengatakan:

“Prestasi saya menurut saya itu bisa menghasilkan uang sendiri itu sudah prestasi bagi saya, kalo saya merasa berhasil ya tentunya saya bersyukur. Dan walaupun gagal ya saya tidak pernah berhenti, namanya juga usaha kadang rame, kadang sepi orderan ya intinya sabar dan terus istiqomah ngejalanin usaha. Dalam urusan usaha Motivator saya yaitu teman saya, banyak yang dapat saya pelajari dari dia, awalnya dia itu tidak punya modal buat usaha sehingga mulai jadi reseller tapi dia itu istiqomah ngejalani bisnisnya dan sekarang dia sukses dan punya toko usaha online shop sendiri. Menurutku belajar dari orang lain itu sangat-sangat penting kita belajar dari pengalaman orang tersebut, kemudian cara mensugesti diri sendiri, kalau saya jualan saya selalu berfikir positif pasti laku pasti terjual produk yang saya tawarkan, jadi yakin aja kalau sudah melakukan yang terbaik, akhirnya Alhamdulillah laku beneran. Terus saya promosinya lagi selalu diistiqomahkan. Kalau yang ngelarang saya usaha ini tidak ada, tapi kalau yang mendukung banyak terutama dari keluarga, dari teman juga ada yang dukung untuk selalu mengembangkan usaha saya kan sudah mulai banyak customer sendiri yang langganan. Kalau respon lingkungan pasti ada ya, kan saya sering tuh pulang malam pasti ada lah omongan orang dibelakang dengan kebiasaan itu. Padahal saya gitu kan karena kerjaan ya cod-an sampai malam kadang. Terus agar emosi bisa stabil setiap saat, saya harus bisa membagi mana urusan kuliah sama usaha, klo sudah ada orderan saya langsung kerjakan orderan, setelah itu baru tugas kuliah kalau ada. Jadi saya ngejalanin usaha ini senang aja biar gak jadi beban.”<sup>53</sup>

Hasil wawancara dengan informan ke 3 yakni Misbahus Sururi

yang menyatakan bahwa:

“pengalaman memang tidak banyak dalam bidang bisnis, awalnya Cuma ngeliat sih orang punya bisnis pribadi, kok kayaknya enak ya hanya lewat online kita sudah bisa jualan dan

<sup>52</sup> Nur Wasiyanti, *Wawancara*, Jember, 30 Maret 2020.

<sup>53</sup> Siti Hozamatul Mareta, *Wawancara*, Jember, 1 April 2020.

mendapatkan uang. Dan juga saya di perkuliahan sudah belajar ilmu wirausaha jadi saya rasa punya sedikit modal keberanian mencoba saya lakukan. Awalnya saya ikut jadi reseller, kemudian lambat laun orang banyak yang mengenal dan percaya akhirnya saya berani jual sendiri. Respon lingkungan pasti ada dan sangat mempengaruhi mental seseorang, tapi bagi saya ketika orang mendukung apa yang saya lakukan saya biasa saja dengan itu dan berusaha tidak cepat puas, dan cibiran-cibiran dari orang yang tidak suka tentunya ada juga akan tetapi saya orang yang tidak begitu menghiraukan apa kata orang lain tentang saya, saya punya kehidupan saya sendiri yang harus jalani, justru cibiran itu mendorong saya makin percaya diri melakukan yang terbaik, dan justru lebih senang di cibir dari pada di puji. Karena dari situ saya bukan tambah minder tapi malah lebih bangkit menurut saya.”<sup>54</sup>

Hasil wawancara dengan informan ke 4 yakni Sulistiya

Ningrum yang menyatakan bahwa:

“Awalnya suka aja jualan tapi banyak bosennya, terus liat temen sukses diumur yang sama, di umur 20 tahun dia sudah bisa beli mobil sendiri, benerin rumah sendiri hanya dengan jualan online, dari situ saya berfikir masak saya gak bisa, jadi mulai semangat lagi. Saya kan ikut organisasi HIPMI (himpunan pengusaha muda indonesia), tapi ini HIPMI di perguruan tinggi, pernah dapet juara 2 bisnis plan, waktu itu kerjasama dengan temen, buat produk makanan, ceker mak lampir namanya. Sangat senang dan puas akan hasilnya. kalau di HIPMI saya banyak kenal dengan pengusaha muda daerah jember, mengikuti agendanya kadang juga merasakan enak nya jadi seorang pengusaha yang sukses, kalau di KSEI saya kebetulan bagian bidang kewirausahaan jadi hanya membantu keuangan di organisasi tersebut, tentunya banyak relasi. Hingga saya selalu bermimpi dan berangan-angan bahwa jika anak se-IAIN membeli produk saya berapa banyak yg saya dapat, makanya saya selalu semangat. Tapi juga seringkali saya kalau banyak orderan jadi males ngerjain tugas karena senang banyak yang order. Tapi sebisa mungkin tugas kuliah dan bisnis harus sama-sama selesai. Biasanya saya nyelesain orderan dulu biar gak kepikiran, lalu tugas kuliah, atau sebaliknya.”<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> Misbahus Syururi, *Wawancara*, Jember, 31 Maret 2020.

<sup>55</sup> Sulistiya Ningrum, *Wawancara*, Jember, 1 April 2020

Hasil wawancara dengan informan ke 5 yakni Meriyatul

Qitbiyah yang menyatakan bahwa:

“Awalnya Terinspirasi dari orang lain, melihat kalau orang berwirausaha itu sepertinya enak, akhirnya coba-coba, nyaman dan jalan sampai sekarang, alasan lain kenapa saya tertarik berwirausaha, yang pertama jelas karena ekonomi iya, saya kan kuliah di biyai ibu sendiri, ibu sama bapak kan sudah cerai, dan cuma ibu yang biyai saya, nah dari sana saya minat berwirausaha. Ibu yang menjadi motivasi saya, beliau orang yang selalu menjadi penyemangat, bukan karena beliau ibu saya, tapi memang apa yang di lakukan patut di jadikan sebagai pelajaran, ibu saya berwirausaha sudah mulai sejak tahun 2000 sampai skrang, bahkan meskipun sendiri ibu masih semangat cari uang buat biaya kuliah putrinya, dari situ saya yakin, jika ibu saya bisa kenapa saya tidak. Dan ibu selalu dukung apapun yang saya lakukan ini. Sebenarnya kalau masalah ngatur usaha sih, memang ada kalanya kadang kewalahan pas lagi banyak orderan, tapi bisnis yang saya jalan kan santai sih menurut saya dan saya senang ngejalaninnya, di saat ngerjakam tugas iya ngerjakan, kalau udah santai saya gunakan waktu buat edit gambar dan posting gambar, kadang packing-packing pesanan gitu aja.”<sup>56</sup>

Hasil wawancara dengan informan ke 6 yakni Maulidiana Silmi

Muafa yang menyatakan bahwa:

“awalnya karena memang keinginan sendiri untuk mencoba usaha yang mudah dilakukuan yaitu dengan penjualan secara online, Figur yang menjadikan saya percaya diri dan termotivasi yaitu dari keluarga yaitu inginmelakukan yang terbaik untuk keluarga. Dan juga seringkali termotivasi oleh influencer muda yg memiliki bisnis, ketekukan dan tidak mudah menyerah menjadi kunci yg patut di cantoh. Keduanya sama2 penting, belajar otodidak kadang mengalami kebuntuan maka dari itu perlu sharing dengan orang lain yang sudah berpengalaman. Contohnya saya pernah ikut organisasi yaitu kopma meski sudah tidak aktif, disana yang dapat dipelajari adalah kegiatan usaha yg bisa dilakukan meski dengan keterbatasan modal, menambah relasi jaringan. Dan usaha yang saya lakukan ini selalu didukung terutama oleh keluarga selagi mampu dilakukan dan bisa membagi waktu serta menjaga kesehatan it's

---

<sup>56</sup> Meriyatul Qitbiyah, *Wawancara*, Jember, 3 April 2020.



okay. Ya kadang ada rasa jenuh, pertama lakukan target yg dirasa paling mudah dan pasti bisa dikerjakan, kedua stop dari target, rehat sejenak lakukan hal2 yg disukai jalan-jalan nonton sebagai hiburan dan dapat kembali melakukan aktivitas sesuai dengan target baik usaha dan juga kuliah.”<sup>57</sup>

Hasil wawancara dengan informan ke 7 yakni Qory Stevany

Oki yang menyatakan bahwa:

“pengalaman berwirausaha saya selama ini banyak hal menarik contohnya bertemu dengan customer baru bagi saya merupakan suatu hal yg menarik, karena bagi saya hal tersebut termasuk mendapat teman baru, menambah teman baru, juga terkadang teman lama yang sudah lama tidak pernah komunikasi akhirnya komunikasi kembali berkat jualan. Dan bagi saya suatu prestasi ketika saya dapat menyelesaikan pesanan tepat pada waktu nya, dan sesuai permintaan customer. Orang yg dapat memotifasi saya dalam berwirausaha adalah mereka para wirausaha muda, yang selalu mengembangkan usahanya hingga terus berkembang dan sukses. Hal yg dapat saya pelajari dari mereka adalah tentang konsistensinya dalam usahanya. Dengan belajar dari orang lain menurut saya penting karena kita dapat tahu atau dapat belajar dari kisah mereka sehingga kita lebih percaya diri bahwa semua orang pasti bisa sukses seperti dia. Saya selalu positif thinking terhadap sesuatu yg akan saya lakukan, karena dengan begitu hasilnya juga akan positif. Kalau masalah respon lingkungan saya rasa baik semua masalah ada yang mecibir atau tidak ya itu urusan mereka saya tidak begitu menghiraukan. Dan usaha seperti ini hampir tidak ada bosannya, bisa untuk mengisi kegabutan, untuk isi waktu luang, iseng bikin share barang jualan di story WhatsApp, ternyata banyak yang minat dan menurut saya itu seru.”<sup>58</sup>

Hasil wawancara dengan informan ke 8 yakni Khoiriyah Dini

Hanifah yang menyatakan bahwa:

“Pada awal saya berbisnis emang terinspirasi dari orang lain, bukan berarti juga saya harus meniru bisnis orang lain. dari situlah saya belajar dari meniru berjualan dan ikut berjualan, disitu saya dapat pengalaman. Akhirnya saya lebih punya wawasan dan lebih banyak dikenal orang berkat jualan-jualan

---

<sup>57</sup> Maulidiana Silmi Muafa, *Wawancara*, Jember, 4 April 2020.

<sup>58</sup> Qory Stevany Oki, *Wawancara*, Jember, 4 April 2020.

online seperti ini. Kemudian saya semakin tertarik untuk tetap berkreasi, dan berimajinasi dan menciptakan sesuatu hal yang dapat menghasilkan uang serta mendapat pengalaman bagaimana mengatur uang /laba agar tidak turun. Ditambah juga orang terdekat selalu mendukung terkadang juga ada yang langsung usul tentang apa yang mereka pikirkan pada usaha saya. Tapi ada juga yang sampai langsung berkomentar tentang produk saya yang kurang enak, sakit yaa, tapi dari situ saya berbenah, berarti harus teliti lagi.”<sup>59</sup>

Hasil wawancara dengan informan ke 9 yakni Mar’atus

Sholikah yang menyatakan bahwa:

“Saya tertarik berwirausaha karena kalo berwirausaha itu mendapatkan untung buat diri sendiri dan pengalaman buat menambah kepercayaan diri juga, dari sana bisa mengenal banyak orang bisa meperluas jaringan. saya juga pernah kerja di sebuah cafe, dari situ saya belajar dari embak-embak yang disana bahwasanya yang namanya usaha itu yang penting tidak mudah menyerah dan tetap konsisten tiap hari memperbaiki, meskipun itu rame atau sepi itu hal biasa. Ditambah juga ikut organisasi yaitu ikut HIPMI di IAIN Jember, jadi sangat penting pengaruhnya buat saya oraganisasi ini mengajarkan tentang organisasi dan juga masalah berjualan, dan juga bisa mendapat chanel. Kalau sugesti buat saya bisa mencapai sesuatu itu misalnya saya ingin beli handphone ya saya kerja dan juga jualan buat ditabung dan bisa beli apa yang saya mau dengan uang saya sendiri. Akhirnya dari situ saya bisa.”<sup>60</sup>

Hasil wawancara dengan informan ke 10 yakni Nur Rofa yang

menyatakan bahwa:

“pengalaman yang masih membekas itu awalnya dikasih uang jajan berupa kripik oleh orang tua suruh menjual awalnya. akhirnya jiwa wirausaha saya terbangun untuk membantu biaya kuliah sendiri akhirnya merambat ke bisnis hijab. semenjak saya berjualan saya tidak meminta uang kuliah dari orang tua dan mampu mebiayai diri sendiri tiap harinya. tidak lantas dengan profit banyak saya terlena dan membuat foya-foya namun tetap mengedepankan saving. setiap saya mempromosikan sesuatu saya selalu yakin akan laku. dan ketika

---

<sup>59</sup> Khoiriyah Dini Hanifah, *Wawancara*, Jember, 2 April 2020.

<sup>60</sup> Mar’atus Solikah, *Wawancara*, Jember, 5 April 2020.

saya hidup diantara ribuan mahasiswa saya yakin bisnis yang saya jalani pasti berkembang karena merupakan kebutuhan fashion mahasiswi ada, yang membuat tetap semangat dan yakin ketika orang tua saya menyupport bisnis saya membuat saya survive dengan beberapa kegagalan yang menyerang psikis saya. semua mendukung akan bisnis yang aku jalani karena prospektif kedepannya juga menguntungkan. Akan tetapi untuk bisa berjalan bersamaan antara kuliah dan usaha saya harus benar-benar bisa cara mengatur waktu dengan baik sehingga tidak tumpang tindih antara bisnis dan kewajiban belajar.”<sup>61</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat dipahami bahwa mahasiswa dalam menumbuhkan kepercayaan akan kemampuan dirinya dalam memecahkan berbagai masalah yang dihadapi dapat dipengaruhi atau dibentuk dari sumber efikasi diri yang bermacam-macam yaitu diantaranya; meniru Model yang berprestasi, menghilangkan pengaruh buruk prestasi masa lalu, mengunggulkan keberhasilan yang pernah diraih, melatih diri untuk melakukan yang terbaik, mengamati model yang nyata, mempengaruhi dengan kata-kata berdasar kepercayaan, nasihat atau peringatan yang mendesak/memaksa, interpretasi baru memperbaiki interpretasi yang salah, memerintah diri sendiri, dan menghilangkan sikap emosional dan relaksasi.

## **2. Strategi Pengembangan Wirausaha pada Bisnis Online Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember**

### **a. Perencanaan Usaha**

Perencanaan usaha adalah suatu cetak biru yang tertulis yang berisikan tentang misi usaha, usulan usaha, perincian financial, strategi

---

<sup>61</sup> Nur Rofa, *Wawancara*, Jember, 4 April 2020.

usaha peluang pasar yang mungkin diperoleh, dan kemampuan serta keterampilan pengelolanya.

Sebagaimana disampaikan dalam kutipan wawancara berikut oleh Sulistya Ningrum yang menyatakan bahwa:

“awalnya buka bisnis online karena ngisi waktu luang pas gak kuliah, iseng-iseng ternyata seru dan akhirnya ketergantungan. awalnya modal sendiri dari tabungan sendiri hasil uang jajan yang sengaja disisihkan, tidak besar tapi saya rasa cukup untuk awal-awal jualan, karena pada awalnya cukup sistem pre-order, dan pasar utamanya mahasiswa, melihat mahasiswa sangat banyak dan pasti butuh produk fashion, untuk produknya saya selalu update di situs jual beli online yaitu shopee dan juga dari bandung, dari sana saya mensupply barang.”<sup>62</sup>

Pernyataan ini juga disampaikan oleh Maulidiana Silmi Muafa dalam ungkapannya sebagai berikut:

“Berawal dari Keinginan sendiri, awalnya karena ingin bisa kemana-mana sendiri beli ini itu sesuai dgn kemauan dan bisa memberikan sesuatu untuk orang tua tanpa minta uang dari orang tua, modal awal uang pribadi tabungan, besaran modal disesuaikan dengan jumlah produk yang dibutuhkan, modal dan perkiraan kebutuhan pasar yang masih cukup minim jadi ngga langsung membludak modal besar, saya fokus di produk kecantikan, Sasaran utamanya mahasiswi karena saya paling sering berinteraksi dengan mahasiswi dan saya rasa produk ini akan mudah diterima, tidak ada kepikiran tempat usaha cukup tetap bisa melakukan promosi yg cukup efektif via sosmed, Ya diliat dari kebutuhan pasar dan juga tren yg sedang berkembang saat ini.”<sup>63</sup>

Pernyataan ini juga disampaikan oleh Siti Hozamatul Mareta sebagai berikut:

“Pertama saya sih punya inisiatif sendiri sih buat bisnis online, dan juga waktu itu binis online trand usaha anak muda yaa bagi yang minat, jadi saya coba-coba dan Alhamdulillah laku dan

---

<sup>62</sup> Sulistya Ningrum, *Wawancara*, Jember, 1 April 2020

<sup>63</sup> Maulidiana Silmi Muafa, *Wawancara*, Jember, 4 April 2020.

laris banyak yang minat. Dalam perincian modal, kalau saya kulakan barang misalnya 100.000 dan dapat laba mestinya nanti labanya aku tabung dan modal tetap utuh untuk modal kulakan berikutnya, modal dan laba sebisa mungkin langsung dipisah. Bisnis online ini bagi saya sangat menjanjikan, karena pasarnya dari berbisnis online itu sangat luas bahkan sampai semua kalangan kalau kita mau. Kenapa kok yakin buat ngejalanin usaha ini, karena saya udah lama sih jualan dari dulu, dan udah telanjur suka dan sifat bisnis sudah tidak bisa dihilangkan. Dengan sasaran pasar saya kalangan mahasiswa dan umum juga ada seperti ibu rumah tangga, teman juga selain mahasiswa.”<sup>64</sup>

#### b. Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan adalah bagaimana mengusahakan sumber keuangan, menggunakan dan mengendalikan keuangan.<sup>65</sup> Hal ini diterapkan dalam mengelola keuangan bisnis oleh mahasiswa dengan cara sederhana agar memudahkan dalam mengetahui keuangan berjalan, dari modal, cara pembukuan dan rencana penggunaan keuangan. Sebagaimana disampaikan dalam kutipan wawancara berikut oleh Siti Hozamatul Mareta yang menyatakan bahwa:

“Sumber dana pertama saya dari uang saku kuliah, jadi sebagian saya sisihkan buat modal dan sebagian buat makan. Uang saku antara 15.000 sampai 20.000 jadi separuh tak tabung buat modal. Dan Alhamdulillah modal itu sudah berlipat ganda. Rencana penggunaan dana, laba langsung diambil buat ditabung dan modal itu tetap tidak berkurang, dan juga dari laba bisa digunakan untuk kebutuhan sehari-hari, yang penting tidak sampai ngambil uang modal, jadi setiap transaksi selalu di catet agar jelas keuangannya, pembukuan saya gak terlalu rumit yaa, langsung pencatatannya dari modal, harga penjualan sama laba gitu saja.”<sup>66</sup>

Pernyataan ini juga disampaikan oleh Sulistiya Ningrum dalam ungkapannya sebagai berikut:

<sup>64</sup> Siti Hozamatul Mareta, *Wawancara*, Jember, 1 April 2020.

<sup>65</sup> Burhanudin Ridwan, Mahmud Fauzi, Ali said, *Kewirausahaan*, 15.

<sup>66</sup> Siti Hozamatul Mareta, *Wawancara*, Jember, 1 April 2020.

“modal pertama dari nyisihin uang bulanan. Gak dicampur antara bisnis sama uang jajan. kalau uang usaha pasti muter, per orderan disisihkan labanya berapa, pembukuannya ditulis biasa sangat sederhana, memuat harga beli harga jual dan laba, yang penting dicatat dan intinya tidak rugi.”<sup>67</sup>

Pernyataan ini juga disampaikan oleh Maulidiana Silmi Muafa dalam ungkapannya sebagai berikut:

“awalnya modal dari tabungan pribadi, dana murni untuk usaha. Tapi sudah tau perhitungan laba dari setiap item penjualan berapa. Ketika terjual tidak langsung ambil laba, tapi lama dikumpulkan sejumlah modal awal. Modal awal disimpan lalu laba yang senilai modal awal digunakan sebagai modal usaha. Setelah terus mendapatkan laba baru itu terhitung sebagai laba. Hal itu dilakukan agar tidak sampai mengalami break event point (tidak dapat apa-apa), untuk keuntungan di tabung dan dialokasikan untuk mendambah modal. Pencatatan pembukuan yang sederhana, tulis modal yang dibutuhkan, jumlah yang terjual lalu dihitung labanya dan dibagi untuk tabungan dan tambahan modal.”<sup>68</sup>

### c. Strategi Bisnis

#### 1) Teknik dan Strategi Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen, menghasilkan barang dan jasa, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa.<sup>69</sup>

Sebagaimana disampaikan dalam kutipan wawancara berikut oleh Siti Hozamatul Mareta yang menyatakan bahwa:

“Untuk sasaran pemasaran lebih kepada ibu-ibu, anak muda juga, pelajar sama anak kuliah karena produk saya itu kan produk fashion dan lebih banyak produk perempuan. Untuk persediaan barang yaitu nyetok barang dari pusat PT. Shopee Paris, dan saya punya member jadi memang harus nyetok barang semaksimal mungkin, kalau semisal barang

<sup>67</sup> Sulistiya Ningrum, *Wawancara*, Jember, 1 April 2020

<sup>68</sup> Maulidiana Silmi Muafa, *Wawancara*, Jember, 4 April 2020.

<sup>69</sup> Hamali, *Pemahaman Strategi*, 196.

habis baru menggunkan sistem open PO, open PO disini pemesanan barang kira-kira barang baru bisa ke konsumen selama 4 hari. Untuk harga itu macem-macem, kalau orang gak ngerti harganya itu aku jual dengan harga katalog, harga katalog itu misalnya kita dapat harga 30 % dari harga member. Kalo yang ibu-ibu yang sudah ngerti produkku itu paling saya ambil keuntungan 5000 sampai 10.000, cara promosi saya secara Online, WhatsApp, Instagram Facebook, sama Shopee, klo offline saya dirumah buka stand setiap seminggu sekali. Dan distribusi barang, menggunkan jasa pengiriman bisa J&T, JNE, dan POS.”<sup>70</sup>

Pernyataan ini juga disampaikan oleh Sulistiya Ningrum dalam ungkapannya sebagai berikut:

“saya kan sistemnya PO, Barang datang 2x-3x dalam seminggu, kalau orderan pas banyak ya lumayan besar labanya Per setiap orderan. sasaran utama mahasiswa IAIN jember, dan saya rasa sangat cocok karena produk saya kan hijab. Sudah menjadi kebutuhan mahasiswi. produk ambil dari bandung, ada yg langsung ready ada yg sistemnya pesan dulu. kalau harga saya ikut pasaran, hitungnya ya dari harga kulakan ditambah harga operasional (seperti ongkir) yang penting jualnya sesuai harga pasar. Sedangkan promosi lewat media sosial, dan juga offline. Kalau offline biasanya ditawarkan ke pondok-pondok sama teman-teman dekat. Atau dibawa temen ke kosnya. Dan pengiriman ke customer kalau untuk luar kota dikirim pakai ekspedisi, tapi kalau dekat bisa COD.”<sup>71</sup>

Pernyataan ini juga disampaikan oleh Mar’atus Sholikhah dalam ungkapannya sebagai berikut:

“saya sebagai reseller, untuk produknya saya ngambil di teman saya yaitu sulis dan sulis ini kulakan barang dari shopee pasti tersedia. Kalau penentuan harganya di kasih harga sendiri misal harga kerudung itu di sulis Rp. 17.000 ya saya jual Rp. 20.000 hanya mengambil keuntungan Rp. 3000. Promosi barang ya secara online di whatsapp, instagram, dan juga kadang secara langsung ke temen kalau ada barang baru biasanya saya tawarkan ke temen secara

---

<sup>70</sup> Siti Hozamatul Mareta, *Wawancara*, Jember, 1 April 2020.

<sup>71</sup> Sulistiya Ningrum, *Wawancara*, Jember, 1 April 2020

lansung. pendistribusian barang sampai ke customer kalau dekat saya ketemuan atau COD-an kalau jauh baru pakai JNE atau kantor pos.”<sup>72</sup>

Pernyataan ini juga disampaikan oleh Maulidiana Silmi

Muafa dalam ungkapanannya sebagai berikut:

“Mahasiswi, ya cocok karena mahasiswi aa di fase yg suka mengikuti tren dan masih suka gelap mata berbelanja. Sebelum habis misal sisa 3-5 produk sudah segera di orderkan ke supplier jd tdk kehabisan stok. Supply produk lgsg dr supplier di kota banten. Penetapan harga melihat besaran harga pasar yg tdk jauh berbeda. Semua dilakukan secara online via WA, IG. Bisa COD dan menggunakan ekspedisi pengiriman atau gosend.”<sup>73</sup>

### C. Pembahasan Temuan

Setelah data yang diperoleh hasil penelitian dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi yang sudah dilakukan berdasarkan fokus masalah. Data tersebut disajikan dan dianalisa melalui pembahasan temuan. Maka dalam hal ini peneliti akan membahas temuan-temuan di lapangan mengenai analisis efikasi diri (*self efficacy*) wirausaha pada bisnis online mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember, sebagai berikut:

#### 1. Efikasi diri (*self efficacy*) wirausaha pada bisnis online mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam IAIN Jember.

##### a. Aspek Efikasi Diri (*Self Efficacy*)

Dari hasil wawancara di atas mengenai aspek efikasi diri dapat dipahami bahwa mahasiswa dalam menjalankan kegiatan usaha jualan

<sup>72</sup> Mar'atus Solikah, *Wawancara*, Jember, 5 April 2020.

<sup>73</sup> Maulidiana Silmi Muafa, *Wawancara*, Jember, 4 April 2020.



online tidak terlepas dari tiga aspek dari kemampuan diri (*Self Efficacy*). Dimulai dari Harapan Hasil (*Outcome expectancy*) yang akan didapat apakah bisa sesuai dengan harapan atau tidak, kemudian Harapan Kemampuan (*Efficacy expectancy*) dirinya untuk melakukan tindakan mampu atau tidak mampu, dan sampai Nilai hasil (*Outcome value*) yang sudah diperoleh apakah sudah sesuai dengan usahanya.

Kepercayaan akan kemampuan diri pada mahasiswa diatas sudah dibuktikan dengan usaha yang sudah dilakukannya, dan juga dampak ataupun hasil yang diperoleh setiap individu sudah bisa membuat percaya bahwa apa yang dilakukan berhasil.

b. Sumber Efikasi Diri (*Self Efficacy*)

Dari hasil wawancara di atas mengenai sumber efikasi diri dapat dipahami bahwa mahasiswa dalam menumbuhkan kepercayaan akan kemampuan dirinya dalam memecahkan berbagai masalah yang dihadapi dapat dipengaruhi atau dibentuk dari sumber efikasi diri yang bermacam-macam yaitu diantaranya, Meniru Model yang berprestasi, Menghilangkan pengaruh buruk prestasi masa lalu, Menonjolkan keberhasilan yang pernah diraih, Melatih diri untuk melakukan yang terbaik, Mengamati model yang nyata, Mempengaruhi dengan kata-kata berdasar kepercayaan, Nasihat atau peringatan yang mendesak/memaksa, Interpretasi baru memperbaiki interpretasi yang

salah, Memerintah diri sendiri, Menghilangkan sikap emosional dan relaksasi.

Dari data yang diperoleh diatas dan di tinjau dari pada kajian teori, diketahui bahwa mahasiswa diatas memiliki efikasi yang tinggi. Dan mampu merealisasikan antara perkiraan pemikiran, kepercayaan akan kemampuannya dan mencapai hasil yang diinginkan.

## **2. Strategi Pengembangan Wirausaha pada Bisnis Online Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember**

### **a. Perencanaan Usaha**

Dari hasil wawancara di atas mengenai Perencanaan usaha yang dilakukan mahasiswa dapat diketahui bahwa mahasiswa hanya sebagai reseller dimana produk tidak produksi sendiri melainkan mensupply dari produsen, fokus mahasiswa masih pada promosi dan pelayanan pesanan. Dengan melihat peluang pasar yaitu mahasiswa IAIN Jember khususnya yang jumlahnya banyak, dan juga produk yang di tawarkan merupakan kebutuhan mahasiswa, dari fashion, produk kecantikan, dan kebutuhan sehari-hari.

### **b. Pengelolaan Keuangan**

Adapaun Pengelolaan keuangan yang dilakukan mahasiswa adalah bagaimana mengusahakan sumber keuangan, menggunakan dan mengendalikan keuangan. Sumber keuangan adalah dari uang pribadi, sedangkan pengendalian dan pengawasan keuangan adalah dengan cara pencatatan pembukuan sederhana agar memudahkan dalam mengetahui

jalannya keuangan, dari modal sampai laba, untuk keuntungan langsung masuk tabungan pribadi dan juga digunakan untuk kebutuhan sehari-hari.

c. Strategi Bisnis

Strategi bisnis yang dilakukan oleh mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember lebih fokus pada teknik dan strategi pemasaran. Pertama, dalam meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen disini menjadikan mahasiswa IAIN Jember sebagai sasaran pasar utama. Kedua, dalam menghasilkan barang dan jasa disini mahasiswa dalam menjalankan usahanya dengan cara langsung bergabung dengan produsen atau pusat Produksi dan juga bisa bekerja sama dengan toko yang menyediakan produk dengan harga yang lebih murah, baik itu produk fashion, produk kecantikan, dan produk kebutuhan sehari-hari. Ketiga, dalam menentukan harga yaitu dengan melihat harga pasaran atau sudah ditentukan perusahaan dengan batas harga minimum, walaupun ada pelebelan harga sendiri itu tidak jauh dari harga pasarnya. Keempat, dalam mempromosikan barang dengan melalui sosial media seperti WhatsApp, Instagram, Facebook. Kelima, dalam mendistribusikan barang dan jasa menggunakan jasa ekspedisi seperti JNE, J&T dan Pos untuk customer yang jauh dan diluar kota jember, dengan COD-an untuk customer yang dekat dan di dalam kota Jember.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Efikasi diri (*self efficacy*) wirausaha pada bisnis online mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam IAIN Jember.

Efikasi diri akan mempengaruhi bagaimana individu merasakan, berpikir, memotivasi diri sendiri dan bertindak laku. Begitupun dengan efikasi diri yang dimiliki Mahasiswa dalam menjalankan bisnisnya, efikasi diri mahasiswa tersebut ditunjukkan dengan tingkah laku sebagai berikut:

- a. Usaha yang dikeluarkan untuk mencapai tujuannya.
- b. Daya tahan yang dimiliki menghadapi rintangan atau kegagalan, serta dengan mudah dapat mengembalikan rasa percaya diri setelah mengalami kegagalan.
- c. Anggapan bahwa keadaan tidak nyaman sebagai suatu tantangan, dan bukan sebagai sesuatu yang harus dihindari.
- d. Pola pikir tidak mudah terpengaruh dengan situasi lingkungan, bahkan bisa mempengaruhi lingkungannya.
- e. Tidak mudah mengalami stress atau depresi, selalu punya cara untuk membangkitkan emosi yang lebih baik.
- f. Dapat membuat tujuan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

## 2. Strategi Pengembangan Wirausaha pada Bisnis Online Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember

### a. Perencanaan Usaha

Mahasiswa disini hanya sebagai reseller dimana produk tidak produksi sendiri melainkan mensupply dari produsen, fokus mahasiswa masih pada promosi dan pelayanan pesanan. Dengan melihat peluang pasar yaitu mahasiswa IAIN Jember khususnya yang jumlahnya banyak, dan juga produk yang di tawarkan merupakan kebutuhan mahasiswa, dari fashion, produk kecantikan, dan kebutuhan sehari-hari.

### b. Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan yang dilakukan mahasiswa adalah bagaimana mengusahakan sumber keuangan, menggunakan dan mengendalikan keuangan. Sumber keuangan adalah dari uang pribadi, sedangkan pengendalian dan pengawasan keuangan adalah dengan cara pencatatan pembukuan sederhana agar memudahkan dalam mengetahui jalannya keuangan, dari modal sampai laba, untuk keuntungan langsung masuk tabungan pribadi dan juga digunakan untuk kebutuhan sehari-hari.

### c. Strategi Bisnis

Strategi bisnis yang dilakukan oleh mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember lebih fokus pada teknik dan strategi pemasaran. Pertama, dalam meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen disini menjadikan

mahasiswa IAIN Jember sebagai sasaran pasar utama. Kedua, dalam menghasilkan barang dan jasa disini mahasiswa dalam menjalankan usahanya dengan cara langsung bergabung dengan produsen atau pusat produksi dan juga bisa bekerja sama dengan toko yang menyediakan produk dengan harga yang lebih murah, baik itu produk fashion, produk kecantikan, dan produk kebutuhan sehari-hari. Ketiga, dalam menentukan harga yaitu dengan melihat harga pasaran atau sudah ditentukan perusahaan dengan batas harga minimum, walaupun ada pelebelan harga sendiri itu tidak jauh dari harga pasarnya. Keempat, dalam mempromosikan barang dengan melalui sosial media seperti WhatsApp, Instagram, Facebook. Kelima, dalam mendistribusikan barang dan jasa menggunakan jasa ekspedisi seperti JNE, J&T dan Pos untuk customer yang jauh dan diluar kota jember, dengan COD-an untuk customer yang dekat dan di dalam kota Jember.

Efikasi diri mahasiswa yang kemudian direalisasikan pada perilaku diri dalam mencapai keinginan dari kegiatan kewirausahaan yaitu bisnis online merupakan bentuk pengaruh adanya efikasi diri yang tinggi dalam setiap individu. Sebagaimana dalam menjalankan usahanya mahasiswa diatas mempunyai karakter wirausaha yang kuat diantaranya: 1) Penuh percaya diri, indikatornya adalah penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, dan bertanggung jawab. 2) Memiliki inisiatif, indikatornya adalah penuh energi, cekatan dalam bertindak dan aktif. 3) Memiliki motif berprestasi, indikatornya berorientasi pada hasil dan wawasan masa depan. 4) Memiliki jiwa

kepemimpinan, indikatornya adalah berani tampil beda, dapat dipercaya, dan tangguh dalam bertindak. 5) Berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan, dan oleh karena itu menyukai tantangan.

## **B. Saran**

1. Penulis memberikan saran untuk penelitian selanjutnya sebaiknya melakukan penelitian secara kuantitatif sehingga bisa diketahui seberapa besar efikasi diri yang dimiliki mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam secara keseluruhan tanpa membatasi pada mahasiswa yang hanya melakukan bisnis online. Dan untuk penggunaan sampel lebih luas lagi tidak hanya Fakultas Ekonomi Bisnis Islam bisa menyeluruh ke Fakultas lain atau bahkan se-IAIN Jember.
2. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember bisa lebih komitmen dalam pengembangan bisnis bagi mahasiswa, misalnya dalam pembentukan kelompok usaha atau bisnis bagi mahasiswa yang bisa membawa nama Fakultas dalam berwirausaha.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

- Pasaribu, Ali Musa. 2012. *Kewirausahaan Berbasis Agribisnis*. Yogyakarta : C.V Andi Offset.
- Hamali, Arif Yusuf. 2016. *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Suharto, Babun 2017. *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Press.
- Ridwan, Burhanudin, Mahmud Fauzi, Ali said, *kewirausahaan dalam perspektif Alqur'an dan hadis*, (t.tp.: t.p., t.t.),15.
- Dharmawati, D. Made. 2017. *Kewirausahaan*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Milles, Matthew B.. 2014. *Qualitative Data Analisis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. Usa: Sage Publication.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. 2016. *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Feist, Jess dan Gregory J. Feist. 2008. *Theories Of Personality*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

### **Jurnal :**

- Andika, Manda dan Iskandarsyah Madjid. “*Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Efikasi Diri terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala*”. *Jurnal Penelitian Eco-Entrepreneurship Seminar & Call for Paper “Improving Performance by Improving Environment*, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang : 2012.
- Tharob, Gabriel F, Elfie Mingkid, Ridwan Papatungan. “*Analisis Hambatan Bisnis Online Bagi Mahasiswa UNSRAT,*” e-jurnal “Acta Diurna” VI, no.2, 2017.



### **Skripsi dan Tesis**

Samsidar. “Hubungan Persepsi Mahasiswa Tentang Peluang Bisnis Rumahan Berbasis Online Shop dengan minat berwirausaha Mahasiswa Angkatan 2013 Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Uneversitas Jambi.” Skripsi Universitas Jambi; 2016.

Mahshunah, Shofia. “Hubungan Antara Self Efficacy dengan Intensi Berwirausaha.” Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang, 2010.

Hidayat, Akhmad Syarif. “Mahasiswa Berwirausaha : Latar Belakang dan Proses Menciptakan Usaha.” Skripsi, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2018.

Anggita, Anggun. “Analisis Pengaruh Sikap Generasi Milineal terhadap Minat Beli Online pada Situs Jejaring Sosial.” Tesis, Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018.

### **Internet**

Badan Pusat Statistik, Februari 2019, <https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/05/06/1564/februari-2019>

<https://www.slideshare.net/ikhazetia/self-efficacy-efikasi-diri>, diakses tanggal 24 Maret 2020

Valentino, Andrian Daylon. “Peran Self Efficacy,” Dictio, 2 Oktober 2018, <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-efikasi-diri-atau-self-efficacy/117246/3>.

Setyowati, Nicky. “Klasifikasi Efikasi,” Dictio, 3 Oktober 2018, <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-efikasi-diri-atau-self-efficacy/117246/3>.

### Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metodologi Penelitian	Fokus Masalah
Analisis Efikasi Diri Wirausaha pada Bisnis Online Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember	1. Efikasi Diri	a. Sumber Efikasi Diri	1) Pengalaman Performansi	Data Primer 1. Wawancara a. Mahasiswa Ekonomi Syariah yang termasuk kriteria <i>Purposive</i>	1. Metodologi Kualitatif: Penelitian Kualitatif 2. Penentuan Subjek Penelitian: <i>Purposive</i> 3. Metode Pengumpulan Data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 4. Analisis Data: Analisis Data Deskriptif 5. Keabsahan Data <i>Triangulation</i> Sumber	1. Bagaimana Kemampuan diri ( <i>Self Efficacy</i> ) Wirausaha pada bisnis online mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember
			2) Pengalaman orang lain			
		3) Persuasi Sosial				
		4) Emosioanal				
	2. Kewirausahaan	b. Proses Efikasi Diri	1) Proses Kognitif	Data Skunder 1. Kepustakaan 2. Dokumentasi		
			2) Proses Afektif			
		3) Proses Seleksi				
		4) Proses Motivasi				
		a. Karakteristik Kewirausahaan	1) Komitmen			
2) Semangat						
3) Tanggung Jawab						
b. Strategi Pengembangan Wirausaha	4) Optimis					
	5) Kepemimpinan					
3. Bisnis Online	a. Kelebihan Bisnis Online	1) Perencanaa Usaha	1) Efektif			
		2) Pengelolaan Keuangan	2) Efisien			
3) Strategi Bisnis						

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alvin Riawan  
Nim : E20162115  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “**Analisis Efikasi Diri (Self Efficacy) Wirausaha pada Bisnis Online Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember**” adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 14 April 2020  
Saya yang menyatakan



**Alvin Riawan**  
**NIM. E20162115**

## **Pedoman Wawancara**

### **1. Bagaimana kemampuan diri (*self efficacy*) wirausaha pada bisnis online mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam IAIN Jember?**

**(Tes Kemampuan Diri, Psikologi)**

#### **a. Sumber efikasi diri**

##### 1) Pengalaman Performansi

- Pengalaman apa yang membuat anda sampai sekarang tertarik dan tetap memilih berwirausaha?
- Adakah prestasi-prestasi yang pernah dicapai selama ini? Atau menurut anda itu prestasi buat anda, tidak harus mengenai bisnis, prestasi apapun kalau ada?
- Ketika merasa berhasil ataupun gagal apa sih yang anda lakukan? Bagaimana menyikapi keberhasilan dan kegagalan tersebut?

##### 2) Pengalaman orang lain (*Vicarious experience*)

- Adakah figur orang lain sebagai motivasi untuk selalu percaya diri melakukan suatu tindakan termasuk berwirausaha? Hal apa yang dapat dipelajari orang tersebut.
- Pentingkah buat anda belajar dari orang lain atau belajar secara otodidak (belajar sendiri dan terus memperbaiki kesalahan)?
- Adakah organisasi yang anda ikuti? Kalau ada, apa yang dapat diambil manfaatnya dalam organisasi? dan seberapa penting dan pengaruhnya bagi anda belajar dilingkungan organisasi.

##### 3) Persuasi Sosial

- Bagaimana cara anda mensugesti diri sendiri bahwa apa yang anda lakukan itu pasti berhasil?
- Adakah respon lingkungan yang mempengaruhi naik atau turunnya kepercayaan diri anda? Bisa dijelaskan?
- Adakah nasihat yang mendukung ataupun melarang dalam usaha yang anda lakukan? Bisa dijelaskan?

#### 4) Keadaan Emosi

- Bagaimana cara anda mengatur emosi tetap stabil ditengah banyak tugas ataupun target-target yang harus di capai? Dalam menjalani usaha dan juga kuliah agar tidak mengganggu keduanya.

## 2. Bagaimana Strategi Pengembangan Wirausaha pada Bisnis Online Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember

### (Kewirausahaan)

#### a. Strategi Pengembangan Usaha

##### 1) Perencanaan Usaha

- Bagaimana sampai punya ide untuk melakukan usaha atau bisnis secara online? Ikut trend, ada yang mengajak, motivasi orang lain atau dorongan keinginan sendiri?
- Bagaimana pertama kali merinci modal dan keuangan yang akan di kelola? Modal sendiri apa ada orang yang membantu.?
- Melihat peluang bisnis online, sasaran pasar utama anda siapa? apakah usaha bisnis online cukup menjanjikan buat anda?
- Bagaimana anda bisa yakin bisa mampu melakukan usaha ini?

##### 2) Pengelolaan Keuangan

- **Aspek sumber dana.** yang anda gunakan pertama kali dari mana, dan bagaimana mengelola sumber dana agar usaha ini bisa berjalan.
- **rencana dan penggunaan dana.** Bagaimana perencanaan alokasi dana yang akan dikeluarkan, ditabung dan yang akan digunakan untuk kebutuhan sehari-hari selain pengelolaan bisnis bisnis?
- **Aspek pengawasan atau pengendalian keuangan.**
  - Bagaimana cara pembukuan? Apakah ada kesulitan dalam pengawasan dan pengendalian keuangan?
  - dalam sebulan, berapa hasil yang bisa anda dapatkan dari usaha yang ada lakukan? (bisa dikira”, bisa melihat dari sekali penjualan lalu dikali dalam sebulan/sesuai dengan yang sudah didapatkan)

### 3) Strategi Bisnis

- **meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen (*proble/search*),**  
siapa sasaran utama pasar anda?  
Melihat pasar yang ada apakah peluang itu cocok bagi usaha anda?
- (*product*).  
Dalam pengadaan produk, bagaimana anda mengusahakan ketersediaan produk untuk kebutuhan konsumen. Dan dari mana anda mesupply produk?
- (*price*)  
Bagaimana perhitungan dalam pemberian harga dari suatu produk yang anda tawarkan? Ikut pasaran atau ada dengan cara memberi label harga sendiri.
- (*promotion*)  
Bagaimana cara Promosi barang atau produk? Apakah semua secara online (whatsApp, Instagram, Facebook dll)?
- **mendistribusikan produk ketempat konsumen**  
bagaimana mendistribusikan barang hingga sampai konsumen.?  
Apakah sudah menggunakan jasa pengiriman.
- **tempat.**  
Apakah ada tempat husus dalam melakukan usaha ini, seperti toko sendiri untul nyetok barang atau hanya sebagai reseller.?

#### **Pertanyaan Lanjutan**

1. apakah yang anda lakukan ini bisa membuat masa depan anda berhasil?
2. Seberapa yakin anda bahwa usaha yang sekarang ini bisa menjadi besar suatu saat?
3. Apa Susah dan senang yang anda rasakan selama menjalankan usaha ini?
4. Menurut anda, apakah strategi bisnis ataupun kemampuan anda sudah cukup baik dalam menjalankan usaha ini?
5. Jika ada pilihan kerja di kantor sebagai karyawan atau berwirausaha sampai sukses.?



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136  
Website : [WWW.in-jember.ac.nid](http://WWW.in-jember.ac.nid) – e-mail : [info@iain-jember.ac.id](mailto:info@iain-jember.ac.id)

Nomor : B- 59 /In.20/7.a/PP.00.9/ 01/2020  
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember  
di-  
TEMPAT

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Alvin Riawan  
NIM : E20162115  
Semester : VII  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
No Telpon : 082332119972  
Dosen Pembimbing : Dr. Moch. Chotib, S.Ag.,MM  
NIP : 197107272002121003  
Judul Penelitian : Analisis Efikasi Diri (*Self Efficacy*) Wirausaha pada Bisnis Online Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Jember, 22 Januari 2020

a.n. Dekan,

Abdul Rokhim Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Rokhim



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli. Telp.(0331) 428104 Fax. (0331) 427005 Kode Pos: 68136  
Website:www.iain-jember.ac.id Email: pps.stainjbr@gmail.com

---

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: B- ~~17~~ /In.20/7.a/KP.02.3/02/2020

Sehubungan dengan surat izin Penelitian dengan nomor :B-59/In.20/7.a/PP.00.9/01/2020 tertanggal 22 Januari 2020, maka Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Jember dengan ini menerangkan nama mahasiswa di bawah ini :

Nama : Alvin Riawan  
NIM : E20162115  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Jenjang : S1 (Sarjana)

Telah Kami setuju untuk melaksanakan Penelitian sebagai syarat penyusunan Skripsi dengan judul : **“Analisis Efikasi Diri (Self Efficacy) Wirausaha pada Bisnis Online Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.”**

Demikian Surat Keterangan dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 7 Februari 2020

a.n Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik



*Abdul Rokhim*  
Abdul Rokhim



