BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia bisnis yang terjadi pada saat ini telah mengalami kemajuan yang cukup pesat, sehingga memberikan peranan yang lebih besar pada inisiatif dan kreativitas yang dimiliki oleh masyarakat melalui berbagai hal seperti teknologi informasi, transportasi, ekonomi, sosial budaya, politik dan elemen organisasi yang ada di masyarakat. Pada era globalisasi seperti ini, teknologi informasi mengalami perkembangan yang sangat kompleks dan pesat dalam beberapa tahun terakhir yang berdampak pada berbagai aspek kehidupan, termasuk pada dunia bisnis.

Dewasa ini bisnis online di Indonesia sangat berkembang pesat dibandingkann dengan beberapa tahun sebelumnya. Hal ini terjadi karena berkembangnya teknologi internet di Indonesia dan ditambah dengan pengguna internet yang mengakses dari gadgednya masing-masing. Karena perkembangan inilah yang membuat bisnis online ramai dilakukan di Indonesia, dari yang menjual barang hingga jasa, mereka tawarkan di internet. Toko online akan terus bertambah seiring dengan kemajuan teknologi, dan karakter pembeli juga lambat laun akan berubah karena kemudahan yang ditawarkan di internet. Tapi dari semua jenis bisnis online, toko online menjadi salah satu dari jenis model bisnis yang paling diminati saat ini, pasalnya dengan kelebihan yang dimilikinya, toko online menjadi pilihan alternatif dalam jual beli barang lewat internet.

Internet merupakan sarana elektronik yang dapat dipergunakan untuk berbagai aktivitas seperti komunikasi, riset, transaksi bisnis dan lainnya. Teknologi internet menghubungkan ribuan jaringan komputer individual dan organisasi di seluruh dunia sehingga teknologi internet begitu populer. Dengan adanya kecanggihan teknologi komputer, semua keterbatasan sarana, jarak, dan waktu transaksi dapat teratasi dengan mudah. Hanya dengan "klik" pelanggan bisa mendapatkan barang yang diinginkan, bisa mengetahui apa saja yang diinginkan dan dapat melakukan transaksi dengan siapa saja tanpa dibatasi dengan waktu dan jarak. Berdasarkan data dari *Internet World Stats*, ternyata Indonesia sukses masuk ke 5 besar sebagai pengguna internet yang sebelumnya Indonesia berada di urutan ke 6 dalam dalam hal penggunaan internet.

Internet World Stats sendiri merilis data terbaru untuk populasi netizen terbanyak dibulan Maret. Diatas Indonesia ada Brazil, Amerika Serikat, India dan Tiongkok yang ada diposisi puncak. Sayangnya, banyaknya pengguna internet di Indonesia ini belum didukung dengan kecepatan akses yang baik. Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang bekerjasama dengan studi polling indonesia, (16 Mei 2019), jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 10,12 %. Survey ini melibatkan 5.900 sampel dengan *margin of error* 1,28 %. Data lapangan ini diambil selama periode Maret hingga 14 April 2019. Hasilnya dari total populasi sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia, ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 % pengguna internet. Angkat ini meningkat dari tahun 2017 yang tercatat sebanyak 54,86%.

Berdasarkan bidangnya, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengidentifikasi pemanfaatan internet dari segi ekonomi, layanan publik, edukasi, gaya hidup, sosial-politik, hingga kesehatan. Berikut masing-masing yang paling sering diakses pengguna internet Indonesia. Dapat kita lihat persentase jumlah penggunaan internet berdasarkan bidangnya tahun 2018 dapat dilihat pada Tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Penggunaan Internet berdasarkan bidangnya pada Tahun 2018

No	Bidang ekonomi	Bidang layanan publik
1.	Cari harga (45,14%)	Informasi undang-undang (16,17%)
2.	Membantu pekerjaan (41,04)	Informasi administrasi (12,51%)
3.	Informasi membeli (37,82%)	Pendaftaran KTP/SIM/Paspor (11,78%)
4.	Belanja online (32,19%)	Lapor pajak (11,12%)
5.	Cari kerja (26,19%)	Laporan pengaduan (9,58%)
6.	Transaksi perbankan (17,04%)	
7.	**Jual online (16,98%)**	
No.	**Bidang Edukasi**	**Bidang Gaya Hidup**
1.	Media sosial (87,13%)	Baca artikel (55,30%)
2.	Menggunduh music (71,10%)	Melihat video tutorial (49,67%)
3.	Nonton film (70,23%)	Membagi artikel (21,73)
4.	Berita hiburan/hobi (58,01%)	Kursus online (17,85%)
5.	Baca berita (57,13%)	Daftar sekolah (14,63%)
6.	Bermain game (54,13%)	
7.	Berita olahraga (50,48%)	
No.	**Bidang Sosial-Politik**	**Bidang Kesehatan**
1.	Berita sosial/lingkungan(50,26%)	Cari informasi kesehatan (51,06%)
2.	Baca informasi agama (41,55%)	Konsultasi kesehatan (14,05%)
3.	Berita politik (36,94%)	
4.	Kegiatan amal (16,31)	

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Pengguna internet tiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Sebagian besar dari masyarakat Indonesia mulai menyadari akan keberadaan internet, bahkan saat ini internet bukan hanya sekedar media untuk mencari informasi, komunikasi, dan hiburan saja melainkan sebagai sarana untuk bisnis online (bisnis melalui media internet). Dahulu kegiatan bisnis dilakukan secara konvensional,

namun sejak adanya internet kegiatan bisnis konvensional saat ini mengalami perkembangan menjadi online. Hal tersebut membuktikan, bahwa internet juga memberikan perubahan-perubahan pada dunia bisnis. Jika ditinjau berdasarkan hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tabel 1.1 maka bisnis online dapat menjadi "ladang bisnis" baru yang berpotensi untuk terus berkembang. Pada tabel ekonomi terdapat penjual online sebesar 16,98%yang artinya masih tergolong kecil untuk transaksi mengenai penjualan online padahal penjualan online merupakan cara paling efisien.

Penggunaan internet semakin populer dikacamata para generasi muda tak terkecuali mahasiswa. Mahasiswa adalah bagian masyarakat yang sangat dekat dengan persoalan akses informasi dan dunia internet, bukan hanya karena tuntutan keilmuan yang mengharuskan mahasiswa untuk selalu mencari informasi terbaru, tetapi juga persoalan tentang berbagai kebutuhan mendasar sebagai manusia di era teknologi. Penggunaan internet sebagai salah satu akses informasi dalam melancarkan berbagai aktivitas mahasiswa. Internet digunakan sebagai penghubung ilmu dan mempermudah mahasiswa untuk mengakses berbagai kebutuhan yang berhubungan dengan keilmuan atau yang berhubungan dengan kehidupan pendidikan. Internet juga digunakan instansi dan mahasiswa untuk menyelesaikan bentuk administratif, pengurusan mata kuliah, pengurusan nilai juga hal-hal yang berkaitan dengan akademis kemahasiswaan. Dari Perkembangan dunia teknologi ini memunculkan istilah-istilah baru yang tidak asing lagi bagi kita, seperti *e-business, e-commerce, elearning, e-university, e-book,* dan *e-banking.*

Dikalangan mahasiswa, fenomena bisnis online sedang mewabah sekarang ini, jika dahulu praktik wirausaha hanya dilakoni oleh mahasiswa fakultas ekonomi sebagai tuntutan materi kuliah kini justru sebaliknya, mahasiswa jurusan manapun banyak yang berbisnis online. Berbicara soal bisnis online tentu bagi mahasiswa di Univesitas Pasundan Bandung bukanlah sesuatu yang asing didengar. Tidak bisa disangkal lagi apabila sebagian besar mahasiswa-mahasiswa Indonesia adalah orang-orang yang melek teknologi. Jika ada beberapa diantara mereka yang belum begitu paham mengenai teknologi informasi dizaman sekarang ini mereka adalah mahasiswa-mahasiswa yang kurang beruntung dalam memanfaatkan kemajuan teknologi. Jenjang pendidikan tinggi sudah seharusnya dimanfaatkan untuk mengenal lebih dalam perkembangan teknologi informasi sekarang ini. Mahasiswa-mahasiswa yang cerdas dan aktif adalah calon jati diri bangsa Indonesia. Mereka adalah kelompok yang dekat dengan masyarakat, mereka berjuang membela rakyat, dan mempunyai banyak ide kritis yang siap ditunjukan disegala penjuru dalam berbagai bidang.

Mahasiswa di Universitas Pasundan Bandung saat ini tidak dapat dipungkiri lagi, ada dari mereka yang sudah lama bergelut dengan dunia bisnis online, dari sejak lama bahkan mungkin dari mereka sebelum masuk ke perguruan tinggi mereka sudah mulai berbisnis online, dan tidak dipungkiri juga ada mahasiswa yang baru memulai bisnis online mereka bahkan ada yang baru mengenal dengan bisnis online. Namun dalam perjalanan bisnis online yang dilakukan mahasiswa mengalami beberapa kendala atau masalah dalam menjalankan usaha tersebut diantaranya kurangnya inisiatif dalam menjalankan

bisnis online, pelayanan yang diberikan kurang memuaskan pelanggan, penjualan online yang tidak meningkat, kualiatas produk yang pasarkan kurang, target penjualan yang tidak tercapai, tanggung jawab yang kurang dalam menjalakan bisnis online, pemilihan keputusan bisnis yang kurang tepat dan lain sebagainya yang merupakan masalah yang selalu dihadapi oleh para mahasiswa tentunya mahasiswa di Universitas Pasundan Bandung.

Bisnis yang mampu bersaing dalam kompetisi adalah bisnis yang mampu mengimplementasikan teknologi ke dalam bisnisnya. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis adalah dengan menggunakan *electronic commerce* (*e-commerce*). Seiring dengan di ikuti oleh kemampuan pengetahuan, skill yang dimiliki serta dengan peluang *e-commerce* yang tercipta untuk membuka usaha tentunya mahasiswa harus dapat memanfaatkan peluang tersebut sehingga kinerja bisnis akan maksimal dan meningkat.

Seiring dengan di ikuti oleh kemampuan pengetahuan, skill yang dimiliki serta dengan peluang *e-commerce* yang tercipta untuk membuka usaha tentunya mahasiswa harus dapat memanfaatkan peluang tersebut sehingga kinerja bisnis akan maksimal dan meningkat. Peneliti melakukan pra-survey sebanyak 30 responden pada mahasiswa yang mempunyai bisnis online di Universitas Pasundan Bandung. Dibawah ini akan dijelaskan rincian identitas responden, mengenai jenis kelamin responden, fakultas yang menjadi responden penelitian, dan media internet. Penjelasan pertama mengenai jenis kelamin responden yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.2
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	19	(63,3%)
2.	Perempuam	11	36,7%)
Jumlah		30	100%

Sumber : Hasil olah data kuisioner pra-survey (2019)

Berdasarkan pada tabel 1.2 diatas dapat peneliti simpulkan berdasarkan tabel tersebut untuk jumlah jenis kelamin responden yaitu laki-laki sebanyak 19 orang dengan persentase sebesar (63,3%) dan untuk perempuan yaitu sebanyak 11 orang dengan persentase sebesar (36,7%). Hal ini dapat terlihat bahwa minat berbisnis online laki-laki lebih besar daripada perempuan dengan selisih (26,6%).

Penjelasan yang kedua mengenai identitas responden berdasarkan 3 fakultas yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas FISIP dan Fakultas Teknik yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.3
Fakultas yang Menjadi Responden Penelitian

No	Fakultas	Jumlah	Persentase (%)
1.	Fakultas Ekonomi Dan Bisnis	13	(43,3%)
2.	Fakultas FISIP	9	(30%)
3.	Fakultas Teknik	8	(26,7%)
Jumlah		30	100%

Sumber : Hasil olah data kuisioner pra-survey (2019)

Berdasarkan tabel 1.3 diatas dapat disimpulkan bahwa untuk persentase terbesar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebanyak 13 orang dengan pesentase (43,3%), yang kedua di Fakultas FISIP sebanyak 9 orang dengan persentase (30%) dan persentase terkecil ada di Fakultas Teknik sebanyak 8 orang dengan persentase (26,7%).

Penjelasan ketiga mengenai responden melalui media internet yang digunakan yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.4
Media Internet yang Digunakan Responden

No	Media Internet yang Digunakan	Persentase (%)
1.	*Instagram*	(90%)
2.	*Whatsapp*	(60%)
3.	*Line*	(56,7%)
4.	*Facebook*	(40%)
5.	Lainnya	(10%)

Sumber : Hasil olah data kuisioner pra-survey (2019)

Berdasarkan tabel 1.4 untuk responden yang menggunakan media internet persentase terbesar yaitu ada pada media *Instagram* dengan persentase 90% dari 30 mahasiswa yang melakukan studi sambil berwirausaha, *whatsapp* dengan persentase 60% dari 30 mahasiswa, *Line* dengan persentase 56,7% dari 30 mahasiswa, Facebook dengan persentase 40% dari 30 mahasiswa dan media internet dengan persentase terkecil ada pada media lainnya dengan persentase 10% dari 30 mahasiswa.

Peneliti melakukan pra-survey mengenai kineja usaha kepada mahasiswa yang mempunyai usaha bisnis online di Universitas Pasundan Bandung guna menggambarkan mengenai kondisi kinerja pelaku bisnis dalam menjalankan usaha bisnis online tersebut.. Dapat dilihat pada tabel 1.5 hasil pra-survey sebagai berikut :

Tabel 1.5
Hasil Kuisioner Pra-Survey Mengenai Variabel Kinerja Bisnis Online Mahasiswa di Universitas Pasundan Bandung

No.	Pernyataan	Tangggapan Responden					Jumlah Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
1.	Semua pelanggan merasa puas dengan kualitas produk yang saya jual.	3	4	13	10	0	90	3,00
2.	Pelayanan melalui media online selama ini mendapat respon yang memuaskan.							
3.	Penjualan produk melalui media online terus meningkat/bertambah.	3	4	10	13	0	87	2,90

4.	Saya selalu mencapai target penjualan.							
5.	Kerjasama saya dengan mitra atau pelanggan semakin banyak dengan adanya komunikasi melalui media online.	4	3	12	11	0	90	3,00
6.	Saya selalu menyelesaikan pekerjaan sampai pekerjaan tersebut selesai.	3	8	6	13	0	91	3,03
7.	Saya bertanggung jawab terhadap pekerjaan saya							
8.	Saya selalu benar dalam mengambil sebuah keputusan.							
9.	Saya mempunyai kemampuan dalam menjalankan bisnis.	2	7	10	11	0	90	3,00
10.	Saya memiliki inisiatif/kreativitas yang tinggi dalam menjalankan usaha saya.							
Skor rata-rata kinerja								**2,98**

Sumber : Hasil olah data kuisioner pra-survey (2019)

Berdasarkan tabel 1.5 diketahui bahwa pada hasil pra-survey kinerja usaha mahasiswa dengan jumlah responden sebanyak 30 orang mahasiswa yang mempunyai usaha online dengan memberikan pernyataan berjumlah 10 pernyataan maka didapatkan skor rata-rata yaitu sebesar 2,98 yang artinya kinerja usaha mahasiswa masih kurang baik.

Peneliti melakukan wawancara untuk mendapat informasi yang lebih mengenai kinerja usaha mahasiswa, mengenai alasan target yang tidak tercapai yaitu responden beranggapan yang penting barang ada yang terjual walaupun tidak mencapai target penjualan. Untuk layanan purna jual responden tidak menerapkan hal tersebut kecuali sebelumnya sudah ada perjanjian mengenai pembelian barang tersebut. Kesulitan dalam mempromosikan barang di media sosial, karena harus membuat promosi yang semenarik mungkin untuk dapat menarik pengunjung sementara responden hanya mampu melakukan promosi yang biasa-biasa saja yang umum dilakukan oleh para pelaku bisnis lainnya sehingga kurangnya kemampuan dalam mempromosikan bisnisnya.

Mengingat kinerja merupakan salah satu indikator yang penting untuk memajukan suatu perusahaan secara keseluruhan dan kinerja merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan maka perlu peningkatan kinerja yang maksimal bagi setiap perusahaan sehingga dapat memajukan usaha yang sedang dijalani sehingga pencapaian target yang diharapkan akan maksimal.

Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang penting untuk usaha mahasiswa maka peneliti melakukan pra-survey mengenai faktor-faktor yang penting untuk usaha mahasiswa di Universitas Pasundan Bandung, adapun hasil dari pra-survey tersebut dapat dilihat pada tabel 1.6 dibawah ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.6
Hasil Kuisioner Pra-survey Mengenai Faktor-Faktor Yang Penting untuk Bisnis Online Mahasiswa di Universitas Pasundan Bandung

No.	Variabel	Tanggapan Responden					Jumlah Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
1.	Pengunaan *E-commerce*	12	6	10	1	1	117	3,90
2.	Kompetensi Mahasiswa	8	10	12	0	0	116	3,86
3.	Budaya Kampus	6	5	17	2	0	105	3,50
4.	Komitmen Mahasiswa	5	11	12	2	0	109	3,63
5.	Lingkungan Mahasiswa	4	6	19	1	0	103	3,43
6.	Motivasi Mahasiswa	5	13	11	1	0	112	3,73
7.	Dorongan orangtua	2	20	7	1	0	113	3,76
8.	Disiplin	3	16	10	1	0	111	3,70

Sumber : Hasil olah data kuisioner pra-survey (2019)

Berdasarkan tabel 1.6 dapat dilihat bahwa faktor-faktor yang penting untuk usaha mahasiswa sebagaimana tercantum pada tabel tersebut menunjukan bahwa untuk jumlah skor tertinggi sebesar 117 dengan rata-rata 3,90 ada pada variabel penggunaan *e-commerce* dan jumlah skor tertingi kedua yakni sebesar 116 dengan rata-rata 3,86 ada pada variabel kompetensi mahasiswa. Oleh karena

itu, maka peneliti memilih variabel *e-commerce* dan kompetensi mahasiswa menjadi salah satu faktor yang penting untuk usaha mahasiswa di Universitas Pasundan Bandung.

Jumlah skor yang terendah ada pada dimensi lingkungan mahasiswa yaitu dengan jumlah skor 103 dengan rata-rata 3,43, diikuti oleh budaya kampus dengan jumlah skor 105 dengan rata-rata 3,50, yang selanjutnya yaitu komitmen mahasiswa dengan jumlah skor 109 dengan rata-rata 3,63, disiplin dengan jumlah skor 111 dengan rata-rata 3,70, motivasi mahasiswa dengan jumlah skor 112 dengan rata-rata 3,73, dan yang terakhir dorongan orangtua dengan jumlah skor 113 dengan rata-rata 3,76.

Setelah ditentukan variabel yang menjadi faktor yang penting untuk usaha mahasiswa maka peneliti melakukan pra-survey terhadap variabel *e-commerce* dan kompetensi. Yang pertama dibawah ini merupakan hasil kuisioner pra-survey variabel *e-commerce* pada usaha mahasiswa di Universitas Pasundan Bandung sebagai berikut :

Tabel 1.7
Hasil Kuisioner Pra-survey Variabel *E-commerce* Pada Bisnis Online Mahasiswa di Universitas Pasundan Bandung

No.	Dimensi	Tanggapan Responden					Jumlah Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
1	Penggunaan *E-commerce*	3	9	11	7	0	98	3,26
2	Kompleksitas Transaksi	5	9	9	7	0	102	3,40
Skor rata-rata *E-commerce*								**3,33**

Sumber : Hasil olah data kuisioner pra-survey (2019)

Berdasarkan hasil pra-survey pada tabel 1.7 mengenai variabel *e-commerce* yang dilakukan pada usaha mahasiswa Universitas Pasundan Bandung,

bahwa secara keseluruhan dari dua dimensi tersebut untuk skor rata-rata variabel *e-commerce* ada pada kategori kurang baik yaitu dengan rata-rata 3,33 artinya para mahasiswa belum memaksimalkan penggunaan adanya *e-commerce* sehingga dari hasil data pra-survey menunjukan kurang baik. Dimensi dengan skor terendah ada pada dimensi penggunaan *e-commerce* dengan jumlah skor 98 dengan rata-rata 3,26 dan untuk nilai terbesar ada pada dimensi kompleksitas transaksi dengan jumlah skor 102 dengan rata-rata 3,40. Penggunan *e-commerce* sebaiknya harus dimanfaatkan bagi mahasiswa untuk dapat mengambil sebuah peluang dari kemajuan dunia bisnis.

Variabel yang kedua yaitu mengenai kompetensi, dibawah ini adalah hasil kuisioner pra-survey dapat dilihat pada tabel 1.8 mengenai variabel kompetensi pada usaha mahasiswa di Universitas Pasundan Bandung yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.8
Hasil Kuisioner Pra-survey Variabel Kompetensi Pada Bisnis Online Mahasiswa di Universitas Pasundan Bandung

No.	Dimensi	Tanggapan Responden					Jumlah Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
1.	Sikap	3	8	13	6	0	98	3,26
2.	Pengetahuan	4	7	9	10	0	95	3,16
3.	keahlian	4	8	11	7	0	99	3,30
Skor rata-rata Kompetensi								**3,24**

Sumber : Hasil olah data kuisioner pra-survey (2019)

Berdasarkan tabel 1.8 dapat diketahui bahwa untuk hasil pra-survey variabel mengenai variabel kompetensi mahasiswa maka untuk keseleruhan dari tiga dimensi tersebut mengenai variabel kompetensi skor rata-ratanya yaitu 3,24 dikategorikan dalam keadaan kurang baik.

Untuk jumlah skor terendah ada pada dimensi pengetahuan dengan jumlah skor yaitu 95 dengan rata-rata 3,16. Untuk pernyataan mengenai dimensi

pengetahuan yaitu mengenai pengetahuan dalam menggunakan aplikasi bisnis online (*seperti facebook, whatsapp* bisnis dan aplikasi bisnis lainnya. dimensi sikap dengan jumlah skor 98 dengan rata-rata 3,26 untuk pernyataan yang ditanyakan kepada responden yaitu mengenai sikap dalam menjalankan perkerjaannya atau ketika mahasiswa sedang melaksanakan usahanya seperti kepatuhan dalam mematuhi aturan dan norma yang berlaku, dan dimensi keahlian memiliki jumlah skor yaitu 99 dengan rata-rata 3,30 untuk pernyataan yang mengenai dimensi keahlian yaitu mengenai kemampuan dalam menggunakan aplikasi bisnis online untuk meningkatkan penjualan.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka timbul ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Implementasi *Elektronik Commerce* dan Kompetensi Terhadap Kinerja Usaha Bisnis Online Mahasiswa di Universitas Pasundan Bandung** (Survei pada Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung)**" .**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian

Identifikasi masalah dan rumusan masalah dalam penelitian ini diajukan untuk merumuskan dan menjelaskan mengenai permasalahan yang tercakup dalam penelitian.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan cakupan atau lingkup masalah yang akan diteliti. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya,

maka peneliti merumuskan ke dalam bentuk pernyataan-pernyataan sebagai berikut:

1. **Kinerja**
   a. Kurangnya inisiatif dalam menjalankan usahanya.
   b. Pelayanan yang kurang memuaskan terhadap pelanggan.
   c. Penjualan online yang tidak meningkat.
   d. Kurangnya kualitas produk yang dijual.
   e. Target penjualan yang tidak tercapai.
   f. Kurangnya kerjasama dengan mitra bisnis lainnya.
   g. Kurangnya tanggung jawab dalam menjalankan bisnis online.
   h. Pengambilan keputusan bisnis yang kurang tepat.
2. ***Electronic Commerce (E-Commerce)***
   a. Kurangnya kemampuan dalam mengelola bisnis online.
   b. Kurangnya merespon perkembangan teknologi.
   c. Informasi produk yang tidak dipahami.
   d. Informasi produk yang tidak selalu diperbaharui.
   e. Pelanggan yang kurang puas dengan pelayanan yang diberikan.
   f. Tidak adanya layanan khusus untuk keluhan pelanggan.
   g. Kurangnya memanfaatkan keluhan pelanggan secara cepat.
   h. Tidak adanya jaminan dalam bisnis online yang dijalankan.
   i. Kurangnya pemanfaatan *e-commerce* dikalangan mahasiswa.
3. **Kompetensi**
   a. Kurangnya keahlian dalam menjalankan bisnis online.
   b. Kurangnya pengetahuan mahasiswa dalam menjalankan bisnis online.

c. Kurangnya pelatihan yang diikuti oleh mahasiswa.

d. Kurang berkomunikasi dengan pelanggan melalui media online.

e. Kurangnya kemampuan mahasiswa dalam menjalankan bisnis online.

f. Kurangnya tanggung jawab dalam menjalankan bisnis online.

g. Kurangnya kepercayaan diri dalam menjalankan bisnis online.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut diatas, maka dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana Implementasi *E-commerce* pada Usaha Mahasiswa di Universitas Pasundan Bandung.
2. Bagaimana Kompetensi pada Mahasiswa di Universitas Pasundan Bandung.
3. Bagaimana Kinerja Pada Usaha Mahasiswa Di Universitas Pasundan Bandung.
4. Seberapa pengaruh Implementasi *E-commerce* dan kompetensi terhadap kinerja Usaha Mahasiswa di Universitas Pasundan Bandung.

1.3 Tujuan penelitian

Sesuai rumusan masalah yang diajukan maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan mengkaji :

1. Untuk mengetahui Implementasi *E-commerce* pada Usaha Mahasiswa di Universitas Pasundan Bandung.

2. Untuk mengetahui Kompetensi pada Mahasiswa di Universitas Pasundan Bandung.
3. Untuk mengetahui kinerja Pada Usaha Mahasiswa Di Universitas Pasundan Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa pengaruh Implementasi *E-commerce* dan kompetensi terhadap kinerja Usaha Mahasiswa di Universitas Pasundan Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti mengharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat bukan hanya bagi peneliti, tetapi juga dapat berguna bagi mereka yang membacanya, terutama yang ingin melakukan penelitian mengenai *e-commerce* dan kompetensi terhadap kinerja.

1.4.1 Kegunaan teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan bisnis online mahasiswa dan menjadi bahan masukan kepada para pelaku bisnis dalam mengembangkan bisnisnya sehingga mencapai kinerja bisnis yang dicitakan dan dapat diterapkan oleh bisnis sejenis dimasa yang akan datang.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak tertentu diantaranya :

1. Bagi penulis
   a. Dapat mengetahui mengenai pengaruh implementasi *e-commerce* dan kompetensi terhadap kinerja usaha mahasiswa di Universitas Pasundan Bandung.
   b. Dapat memahami lebih dalam lagi mengenai materi-materi manajemen sumber daya manusia.
   c. Dapat mengetahui penggunaan *e-commerce* dikalangan usaha mahasiswa.
2. Bagi Pelaku Bisnis
   a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi para pelaku bisnis untuk menjadi bahan masukan untuk dan pengembangan usaha bagi mahasiswa yang memiliki usaha online sehingga dapat dimaksimalkan kinerja bisnisnya untuk kedepannya.
   b. Mendapatkan informasi dan bahan penilaian dalam memecahkan masalah yang berhubungan dengan Implementasi *e-commcerce* dan kompetensi untuk dapat memaksimalkan kinerja bisnis.
3. Bagi umum
   a. Penulis berharap agar hasil penelitian ini berguna sebagai informasi tambahan yang dapat memperluas pemikiran khususnya dalam bidangan manajemen sumber daya manusia.
   b. Sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan di lakukan selanjutnya.