

FENOMENOLOGI MAHASISWA MEMBANGUN BISNIS ONLINE

Dien Fahmi Huda

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya
dien.17041184092@mhs.unesa.ac.id

Mutiah

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya
mutiah@unesa.ac.id

Abstrak

Bisnis *online* atau bisnis yang menggunakan jaringan dalam penggunaannya yang sekarang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia karena memberikan banyak kemudahan dan keuntungan di dalamnya. Bisnis *online* juga banyak diminati oleh mahasiswa dalam rangka untuk menerapkan ilmu-ilmu yang telah didapatkan di bangku kuliah maupun ingin menyampaikan ide-ide di dalam bisnisnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja motif, pengalaman, dan bagaimana mereka memaknai membangun bisnis *online* ketika masih menjadi mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi dengan jenis penelitian kualitatif dan pengambilan narasumber terbagi menjadi tiga orang. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara serta observasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa sebelum adanya proses pemaknaan, terdapat motif dan pengalaman tersendiri bagi narasumber yang melatar belakangi pemaknaan. Ada dua motif yang dimiliki narasumber yaitu motif karena (*because motive*) sudah memiliki skill, ingin memanfaatkan suatu hal, berawal dari hobi. motif untuk (*in order to motive*) agar tidak susah untuk mencari pekerjaan, bisa konsisten dalam mengembangkan bisnis, dan membuat suatu hal yang baru. Pengalaman komunikasi bagi ketiga narasumber antara lain mendapatkan suatu hal yang baru, mendapatkan banyak koneksi, mengetahui cara membangun *brand awareness* dan memasarkan produk, serta mendapatkan kepuasan konsumen. Setelah adanya motif dan pengalaman, pemaknaan dapat tercipta. Pemaknaan membangun bisnis *onlinenya* adalah tantangan untuk terjun dalam dunia bisnis, membuat diri menjadi semakin produktif, sebagai perjuangan untuk mandiri, sebagai pengembangan diri, berkomitmen dan bertanggung jawab atas bisnis yang telah dibangun dan sebagai sebuah jalan untuk meraih cita-citanya.

Kata kunci: Mahasiswa Wirausaha, Fenomenologi, Bisnis Online

Abstract

Online businesses or businesses that use networks in their use are now in great demand by the Indonesian people because they provide many conveniences and advantages in them. Online business is also in great demand by students in order to apply the knowledge that has been obtained in college or want to convey their ideas in their business. This study aims to find out what their motives, experiences, and how they interpret building an online business when they are still students. This study uses a phenomenological method with a qualitative research type and the selection of sources is divided into three people. Researchers used data collection techniques with interviews and observations. The results of the study indicate that prior to the meaning process, there were separate motives and experiences for the informants who were behind the meaning. There are two motives owned by the informants, namely the motive because (because the motive) already has the skills, wants to take advantage of something, starting from a hobby. motive for (in order to motive) so that it is not difficult to find work, can be consistent in developing business, and create something new. The communication experience for the three speakers included getting something new, getting lots of connections, knowing how to build brand awareness and marketing products, and getting consumer satisfaction. After the motive and experience, meaning can be created. The meaning of building an online business is a challenge to enter the business world, to make oneself more productive, as a struggle to be independent, as self-development, to be committed and responsible for the business that has been built and as a way to achieve its goals.

Keywords: Entrepreneurial Student, Phenomenology, Online Business

PENDAHULUAN

Banyaknya produk-produk luar yang masih menguasai pasar Indonesia, lantaran hal tersebut Indonesia sangat membutuhkan generasi muda yang dapat berwirausaha agar tidak menjadi penonton di negeri

sendiri, Maka generasi muda yang ada di Indonesia dituntut untuk memiliki jiwa kreatif ataupun inovatif agar bisa membuat suatu hal yang baru di pasar Indonesia. Hal tersebut yang nantinya dapat memberikan dampak yang

positif, karena hasil pemikiran anak-anak bangsa diharapkan bisa meningkatkan perekonomian bagi Indonesia dan dapat membuat pasar yang baru untuk bisa bersaing dengan produk-produk luar.

Kewirausahaan dapat dikatakan penting lantaran dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara umum pada suatu negara. Hasil Survey Angkatan Kerja Nasional (Sarkernas) yang diambil dari Databoks mencatat Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) penduduk usia muda mencapai 18,03% pada Februari 2021. Angka itu mengalami kenaikan 1,72% dibandingkan Februari 2020, tapi turun 2,43% dibandingkan Agustus 2020. (Darwanto, 2012) menyatakan bahwa cara untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan bertambahnya lapangan pekerjaan adalah, dibutuhkan pengusaha sekitar 2% dari total penduduk yang ada di Indonesia. (Liliah, 2015) mengatakan bahwa Indonesia masih memiliki pengusaha hanya 0,43% dari total jumlah populasi. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa, tingkat pengangguran usia muda masih cukup tinggi lantaran kurangnya lapangan pekerjaan dan kurangnya motif generasi muda untuk menciptakan lapangan pekerjaannya sendiri.

Menurut (Wijaksono et al., 2014) menyatakan bahwa kebanyakan orang tua selalu mengajarkan dan menyiapkan anak-anak mereka untuk menjadi pekerja ketimbang menjadi pengusaha. Hal ini termasuk menjadi faktor kurangnya karakter berwirausaha yang dimiliki para generasi muda yang akhirnya menyebabkan minimnya jumlah pengusaha yang ada di Indonesia.

Didalam kewirausahaan telah dijelaskan bahwa salah satu cara untuk menurunkan tingkat pengangguran terdidik yang ada di Indonesia adalah membuat atau menciptakan lulusan yang tidak hanya memiliki tujuan sebagai pencari kerja tetapi juga memiliki tujuan untuk menciptakan suatu pekerjaan ataupun menciptakan lapangan kerja yang biasa disebut berwirausaha atau berbisnis. Perwujudan lulusan perguruan yang menjadi seorang pebisnis tidak akan mudah untuk dilaksanakan, pastinya didalamnya ada proses yang berat dan tidak semua lulusan akan menerima resiko yang telah ada.

Dalam berwirausaha ada dua bagian penting yaitu peluang dan kapasitas untuk mendapatkan sebuah peluang yang ada. Dengan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan ialah suatu respon tentang peluang usaha yang terkuak dalam sebuah tindakan serta menjadikan suatu hasil berwujud usaha yang produktif dan inovatif (Ibid, 2015). Selain itu juga menurut Meredith (Purwanto, 2009), menyatakan bahwa ciri-ciri wirausahawan adalah mempunyai kepercayaan diri yang tinggi, mempunyai kecenderungan pada tugas dan hasil, berani dalam mengambil dan menghadapi sebuah resiko, mempunyai jiwa pemimpin, mempunyai keautentikan tersendiri, dan berfokus pada masa depan. Proses kewirausahaan merupakan adalah sebuah metode untuk

berkembangnya usaha baru, seperti membawa produk baru ke pasar yang ada atau membawa produk ke pasar yang baru atau bahkan pembentukan organisasi yang baru

Menurut (Alma, 2010) dalam masyarakat terdapat berbagai macam persepsi terhadap apa itu wirausaha, ada yang menanggapi sebagai seorang yang berhasil menghadapi sebuah resiko, seorang yang berani untuk menghadapi sebuah ketidakpastian, seorang yang merencanakan kegiatannya untuk diri sendiri atau orang yang membangun sebuah usaha atau industri yang belum ada. Meredith (Suryana & Bayu, 2012) mengatakan wirausahawan adalah individu-individu yang memiliki sebuah kapasitas untuk dapat menatap dan memperkirakan suatu peluang usaha untuk menyatukan sumber daya yang diperlukan guna mendapatkan laba dan memahami tindakan yang jelas guna memastikan kesuksesan.

Steinhoff dan Burgess (Suryana & Bayu, 2012) menyatakan bahwa wirausaha adalah seorang yang bisa mengorganisasi, mengoperasikan, dan berani dalam mengambil resiko untuk membangun atau membuat usaha yang baru dan peluang usaha. Sedangkan Kasmir (2011) juga menyatakan bahwa wirausahawan adalah orang yang memiliki sikap berani mengambil risiko untuk membangun usaha dalam berbagai kesempatan yang ada.

Saat ini, pola pikir berwirausaha sudah mulai mendominasi para pelajar seperti mahasiswa yang memulai bisnis sendiri sejak dini. Secara umum, sebagian besar mahasiswa masih bergantung secara finansial pada orang tuanya. Namun di zaman sekarang, banyak sekali mahasiswa yang berani mencari penghasilan sendiri melalui berwirausaha secara. Meski belum menamatkan pendidikan formal, mahasiswa sudah berani berwirausaha. Para mahasiswa yang benar-benar dididik untuk mendapatkan ijazah atau gelar yang kemudian digunakan untuk mencari pekerjaan, namun sebagian mahasiswa justru memilih mendirikan bisnisnya sendiri, dengan alasan dan latar belakang yang berbeda-beda serta cita-cita yang diraih juga berbeda. Faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk menjadi pebisnis ketika masih kuliah juga sangat bervariasi. Perbedaan latar belakang dan lingkungan sosial setiap individu yang menyebabkan banyaknya faktor mahasiswa berbisnis ketika masih menjalani proses pendidikan di bangku kuliah.

Mahasiswa yang masih menjalankan pendidikan di universitas dan memilih untuk tetap berbisnis diwajibkan untuk dapat membagi waktu dan tenaga dalam mengelola tugas-tugas baik pekerjaan dalam berbisnis maupun pendidikannya. Lantaran hal tersebut, dapat memberikan pandangan tersendiri pada mahasiswa terhadap bisnis yang mereka jalankan.

Membuka bisnis menjadi suatu peluang yang sangat besar dalam bekerja dengan membuka usahanya secara mandiri. Namun, masih jarang ditemukan seorang mahasiswa yang memiliki keinginan untuk membuka bisnis setelah lulus dari perguruan tinggi. Hal tersebut yang mengakibatkan tingginya residu angkatan kerja berupa pengangguran terdidik.

Bisnis *online* adalah pemanfaatan teknologi informasi untuk mempermudah sebuah proses bisnis, teknologi tersebut berupa *e-commerce* yang memudahkan calon konsumen untuk mengakses produk, dan

menyediakan kerjasama untuk mempermudah komunikasi perusahaan. Hampir sama dengan e-commerce, istilah bisnis *online* memiliki acuan terhadap penggunaan internet untuk melangsungkan transaksi bisnis secara digital. Pengertian dari bisnis *online* menurut (Herman & Yakub, 2010) adalah pemanfaatan teknologi internet untuk memajukan dan mengonversi bentuk proses bisnis utama. Banyak perusahaan yang sudah banyak beralih dari konvensional ke bisnis *online* karena banyak kemudahan di dalamnya.

Menurut Dhillon & Kaur dalam (Thousani, 2015) bisnis *online* ialah suatu teknologi yang berfungsi untuk mengembangkan bisnis yang melibatkan proses internal sebuah organisasi seperti sumber daya manusia, system keuangan dan administrasi serta mencakup proses eksternal yaitu penjualan dan pemasaran, penyedia barang atau jasa dan juga menjalin hubungan dengan pelanggan secara *online*. Dhillon & Kaur dalam (Thousani, 2015) juga mengatakan bahwa bisnis *online* menjadi salah satu metode yang membuat hubungan antar berbagai perusahaan untuk membangun sistem pemrosesan internal dan eksternal secara lebih mudah dan fleksibel, menjadikan perusahaan lebih dekat dengan mitra dan produsen, dan dengan hal tersebut pebisnis dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan mudah.

Bisnis *online* banyak digunakan oleh pengusaha yang telah lama maupun orang yang baru memulai bisnis. Lantaran bisnis *online* memiliki banyak kemudahan dan menguntungkan bagi pelaku usaha. Selain tidak adanya biaya sewa toko, target pasar yang ada di pasar *online* juga sudah sangat banyak lantaran masyarakat jaman sekarang sudah lebih paham dengan teknologi internet. Selain itu juga memasarkan produk di internet jauh lebih murah dan mudah ketimbang melalui cara yang konvensional serta dapat memiliki jangkauan yang lebih luas. Bagi orang yang baru memulai bisnisnya sendiri pastinya sangat diuntungkan karena tidak harus mempunyai modal yang besar untuk memulai bisnis *onlinenya*.

Fenomena membangun bisnis *online* ini telah banyak diikuti oleh sebagian masyarakat Indonesia. Di mana fenomena ini dirasa dapat membantu meningkatkan perekonomian individu tersebut dengan modal yang tidak terlalu besar. Selain itu juga akses untuk menawarkan produk di bisnis *online* ini sangat mudah untuk dijangkau berbagai kalangan. Seluruh masyarakat baik yang sudah berumur maupun masih muda memiliki peluang yang sama untuk bisa sukses terjun didalamnya tergantung bagaimana mereka dapat menemukan peluang yang ada.

Fenomenoma ini juga banyak diikuti oleh mahasiswa lantaran bisa di mulai dengan modal kecil yang bisa disesuaikan dengan kantong pelajar mereka. Selain itu juga, mahasiswa yang bisa disebut agen perubahan dirasa dapat membawa suatu hal yang baru dalam sebuah bisnis. Ilmu-ilmu yang telah mahasiswa pelajari sewaktu menjalani perkuliahan dapat diterapkan oleh mereka untuk mendirikan ataupun menjalankan suatu bisnis. Pastinya, akan banyak ide-ide maupun tata cara untuk membuka dan mengembangkan suatu bisnis yang mereka bangun agar dapat bersaing dengan pasar yang telah ada.

Bersatus sebagai mahasiswa dan masih berusia muda, melakukan kegiatan bisnis merupakan suatu yang membanggakan. Mahasiswa yang mempunyai kreatifitas

dan ide-ide yang baru pastinya akan dapat menghasilkan suatu yang baru untuk pasar yang telah ada. Selain itu juga, mahasiswa yang membangun usaha akan mendapatkan hasil dan pencapaian yang lebih pula. Mahasiswa dan bisnis adalah dua objek yang sangat menarik untuk diteliti. Hal tersebut menjadi faktor munculnya sebutan yang kian populer pada masa sekarang yaitu *young entrepreneur* atau yang bisa disebut pengusaha berusia muda.

Mahasiswa yang membangun bisnisnya sendiri pasti berani mengambil resiko yang telah ada. Karena dibalik kesibukannya untuk menjalankan kewajibannya sebagai mahasiswa, mereka juga harus bisa mengembangkan bisnisnya agar tetap berjalan dan mendapatkan penghasilan untuk dirinya sendiri. Jika mahasiswa menjalankan dua hal tersebut dengan tidak seimbang, maka akan ada satu hal yang akan dikorbankan. Namun, jika dapat dijalankan dengan seimbang, maka hal tersebut akan berdampak positif untuk kehidupan kedepannya.

FW adalah salah satu contoh mahasiswa yang mendirikan bisnisnya sendiri. Mahasiswa Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Surabaya ini telah cukup sukses dalam membangun bisnisnya yaitu Firstac.id, bisnis yang telah di jalannya sejak semester 7 tahun 2020 sudah cukup menghasilkan dan mempunyai pelanggan yang banyak lantaran produk yang dijualnya telah terjual sebanyak lima ribu produk. FFS mahasiswi yang membuka bisnis *onlinenya* di kota kelahirannya yaitu Ponorogo. FFS menjalankan bisnis kuliner khususnya bakery, dengan toko yang bernama bugenville kitchen. Bisnis tersebut berjalan menggunakan platform sosial media instagram, sampai sekarang bugenville kitchen sudah memiliki pengikut sebanyak 641 orang. Selanjutnya, AA seorang mahasiswa yang membuka bisnis berjualan pakaian bekas atau yang biasa disebut thrift shop yang bernama serasi.it, bisnis ini juga berjalan menggunakan platform sosial media instagram, sampai sekarang serasi.it sudah memiliki sekitar delapan ribu pengikut di instagram.

Mahasiswa yang menjadi narasumber tersebut menjalankan bisnis *online*, yaitu bisnis yang bisnis yang dilakukan secara *online* dengan memanfaatkan jaringan internet, sedangkan pesan yang akan disampaikan atau dijual biasanya memakai website ataupun aplikasi. Menurut (Majda, 2015) menyatakan bahwa bisnis *online* mempunyai prospek yang lumayan besar di masa yang akan datang, karena hampir seluruh individu membutuhkan kemudahan untuk dapat memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari.

Komunikasi intrapersonal (*Intrapersonal Communication*) adalah komunikasi yang terjadi pada satu orang. Orang tersebut berperan sebagai komunikator dan komunikan (Wiratama, 2018). Dia berbicara pada dirinya sendiri, berdialog pada dirinya sendiri. Dia bertanya pada dirinya sendiri dan mendapatkan jawaban dari dirinya sendiri. Jika komunikasi intrapersonal biasa disebut melamun, hal ini tidak salah, namun jika melamun bisa tentang segala hal seperti bermimpi menjadi kaya maupun bermimpi tentang banyak hal. Komunikasi antarpribadi adalah dialog dengan diri sendiri dalam rangka berinteraksi dengan orang lain, dapat berupa seseorang, sekelompok orang, atau seluruh masyarakat. Oleh karena itu, sebelum berkomunikasi dengan orang lain, seseorang harus terlebih dahulu berkomunikasi dengan orang lain. Komunikasi yang terjadi di dalam diri kita meliputi kegiatan berbicara dengan

diri sendiri dan kegiatan mengamati lingkungan serta memberikan makna intelektual dan emosional.

Pemaknaan sendiri menjadi salah satu komunikasi intrapersonal. Latar belakang pemaknaan tersebut muncul dalam benak konsumen juga berbeda-beda setiap individu bergantung pada banyak faktor yang mempengaruhi seperti pengalaman, lingkungan sekitar, pengaruh sosial media dan sebagainya (Yuniar, 2022). Karena pemaknaan suatu hal bagi setiap orang pastinya berbeda-beda lantaran komunikasi ini didapatkan dengan hasil dari pemikirannya sendiri-sendiri. Namun sebelum adanya pemaknaan, terdapat proses-proses tersendiri yang akhirnya akan membuat sebuah pemaknaan. Proses tersebut ialah motif yang biasanya menjadi latar belakang dan pengalaman-pengalaman yang telah didapatkan selama proses menjalankan suatu hal.

Pastinya setiap pengambilan keputusan seseorang mempunyai motif tersendiri dibelakangnya. Menurut (Qalam, 2020) motif merupakan dorongan dalam maupun luar diri setiap individu yang dapat membangkitkan semangat serta ketekunan untuk mencapai sesuatu berdasarkan kebutuhannya.. Motif mengungkapkan hubungan yang terstruktur antar sebuah respon dengan sebuah kondisi dengan kecenderungan tertentu. Motif yang telah ada di individu akan menciptakan sebuah perilaku yang mengarah pada ambisi untuk menggapai suatu hal yang mereka inginkan.

Menurut Notoatmojo dalam (Saparwati & Sahar, 2017) pengalaman adalah suatu kejadian yang tertangkap oleh panca indera dan disimpan dalam memori. Pengalaman bisa didapatkan ataupun dirasakan pada saat suatu kejadian baru saja terjadi maupun telah lama terjadi. Pengalaman yang terjadi dapat dibagikan kepada siapa saja untuk dipakai dan menjadi acuan serta pembelajaran bagi individu.

Dalam membangun bisnis *online* setiap pelaku bisnis akan mempunyai berbagai pengalaman yang telah mereka lewati. Dengan adanya pengalaman tersebut dapat dijadikan sebuah pembelajaran maupun digunakan untuk terus mengembangkan bisnisnya.

Proses pemaknaan dapat terjadi karena adanya motif dan pengalaman yang telah dialami oleh seseorang. Pemaknaan setiap individu pastinya berbeda-beda lantaran motif dan pengalaman yang telah dialami setiap individu pasti berbeda-beda.

Konstruksi makna ialah suatu metode di mana individu tersebut dapat mengatur dan menafsirkan kesan sensorik mereka untuk memahami atau memberikan sebuah arti tersendiri bagi lingkungan mereka. Pembentukan makna adalah berfikir, dan setiap individu memiliki kemampuan berfikir sesuai dengan kemampuan serta kapasitas kognitif atau muatan informasi yang dimilikinya. Oleh sebab itu, setiap individu akan memiliki perbedaan pada setiap pemaknaan dalam suatu hal.

Makna secara interaksional dimiliki bersama dengan proses empati melalui pengambilan peran yang aktif. Individu memainkan peranan yang lebih aktif, mencari makna menurut pandangan orang lain dan dari berbagai makna itu dengan orang lain. Dengan kata lain antar individu satu dengan yang lain, makna yang dihasilkan akan berbeda sesuai dengan pemikiran masing-masing individu tersebut.

Fenomena mahasiswa berbisnis *online* ini sangat menarik untuk diteliti. Selain tentang bagaimana cara mereka untuk mereka memanfaatkan bisnis *online* ini dengan baik agar bisa bersaing dipasarnya. Mahasiswa memiliki keunikan tersendiri di sistem jenjang pendidikannya. Salah satunya adalah waktu belajar yang bervariasi dari 3 hingga 4 jam sehari. Kegiatan tersebut berupa datang ke kampus, menunggu dosen memberikan kuliah, pulang saat kelas telah selesai, atau berkumpul dengan mahasiswa lain dan teman serta kegiatan lainnya. Mahasiswa yang jeli melihat waktu luang, tidak ada dosen, atau tidak ada aktivitas saat pulang kuliah, mereka menggunakan waktu tersebut untuk melakukan hal-hal yang bermanfaat. Salah satunya adalah mencari penghasilan tambahan dengan bekerja paruh waktu. Namun, selain pekerjaan paruh waktu, ada juga mahasiswa yang memanfaatkan waktu luangnya untuk mendapatkan penghasilan tambahan melalui berwirausaha. Penelitian ini berharap dapat mengetahui lebih dalam tentang pemaknaan mahasiswa tentang berbisnis *online*, motif mereka untuk memulai usaha berdasarkan hal yang melatar belakanginya, dan pengalaman-pengalaman yang telah mereka dapatkan dalam proses membangun dan menjalankan bisnis.

Dari sisi ilmu komunikasi, penelitian terhadap komunikasi dalam membangun dan mengelola bisnis *online* dikalangan mahasiswa sangat menarik untuk dilakukan. Peneliti ingin mengkaji apa motif mereka dalam membangun atau mendirikan bisnis, untuk mengetahui pengalaman komunikasi mereka dalam membangun dan mengelola bisnis *online*, serta bagaimana mereka memaknai membangun bisnis *online* ketika masih menjadi mahasiswa.. Peneliti menggunakan fenomenologi dalam penelitian ini lantaran berkaitan dengan pengalaman informan dan bagaimana motif mereka dalam membangun bisnis dan mengelola bisnis. Berdasarkan penjelasan diatas, penulis ingin berusaha meneliti “Fenomenologi Mahasiswa Membangun Bisnis *Online*.”

METODE

Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi dengan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dalam pandangan fenomenologis berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap individu-individu yang sedang berada dalam situasi-situasi tertentu (Moleong, 2005). Fenomenologi menjadi salah satu dari sekian pendekatan dalam penelitian kualitatif. Metode ini mendorong peneliti agar dapat memiliki pemahaman untuk berbagai tindakan individu yang dialami secara sadar. Metode fenomenologi juga memiliki tujuan untuk mengenal dunia dari sudut pandang orang lain yang menghadapinya secara langsung atau berkaitan dengan sifat-sifat alami pengalaman manusia dan makna yang melekat padanya (Kuswarno 2009).

Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi dari Alfred Schutz. Teori digunakan oleh penulis karena pemikirannya tentang fenomenologi merupakan pengembangan secara mendalam dari pemikiran Hesserl sebagai pendiri dan tokoh utama dibalik aliran filsafat fenomenologi. Bagi Alfred Schutz fenomenologi adalah penghubung antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman yang dibuat dalam kehidupan sehari-hari dan dari aktivitas dimana pengalaman dan pengetahuan tersebut

muncul. Dengan demikian penelitian ini memiliki dasar sosial pada makna, motif, dan pengalaman dari narasumber ketika mencoba membangun bisnis *onlinenya* sendiri. Dengan demikian peneliti ingin lebih mengakses pemikiran dasar narasumber secara lebih mendalam agar dapat motif-meotif, pemaknaan, dan pengalaman yang telah narasumber dapatkan sewaktu membangun bisnis *onlinenya* secara rinci dalam bentuk kata-kata.

Peneliti akan melakukan diskripsi berdasarkan data yang telah diperoleh dari sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah wawancara secara mendalam dengan narasumber yang memiliki keterkaitan dengan fokus penelitian. Daftar narasumber dalam wawancara adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Profil Narasumber

No	Nama	Umur	Bisnis
1.	FW	23	Firtsact.id
2.	AA	21	Serasi.it
3.	FFS	21	Bugenville Kitchen

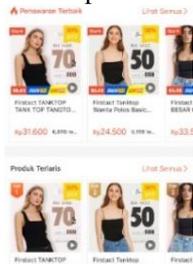
Peneliti menetapkan lokasi penelitian yaitu tempat di mana penelitian ini akan dilakukan. Dalam hal ini, lokasi penelitian terletak di daerah Kabupaten Ponorogo dan Sidoarjo. Penelitian akan dilaksanakan dalam waktu kurang lebih tiga bulan dari bulan September sampai dengan bulan November.

Penulis juga menggunakan teknik analisis data yaitu dengan reduksi data, sajian data, dan verifikasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah pengenalan narasumber mahasiswa pelaku bisnis *online*.

FW mahasiswa Pendidikan Olahraga Universitas Negeri Surabaya yang membangun bisnisnya *onlinenya* sendiri ketika masih duduk dibangku semester 7 pada tahun 2020. Narasumber memiliki bisnis *online* yaitu Firtsac.id dibidang pakaian wanita yang berjualan di platform *e-commerce* Shopee.



Gambar 1. Firstac.id

Sampai saat ini bisnisnya telah berkembang dengan pesat, dengan penjualan lebih dari ribuan produk per bulan.

AA mahasiswi desain komunikasi visual Universitas Negeri Surabaya juga membangun bisnisnya sendiri di bidang pakaian bekas atau biasa disebut *thrift shop*. Bisnis ini sudah berdiri sejak tahun 2018 ketika narasumber masih kuliah semester 3. *Thrift Shop* Serasi.it ini telah memiliki sekitar delapan ribu pengikut di instagram. Fokus penjualan Serasi.it ini hanya melalui

sosial media instagram.



Gambar 2. Serasi.it

Narasumber terakhir yaitu FFS mahasiswi kebidanan Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Narasumber memiliki bisnis di bidang kuliner khususnya *bakery* yang bernama Bugenville.Kitchen yang sudah berdiri sejak tahun akhir 2018. Bisnis ini berfokus pada penjualan *online* di sosial media instagram saja.



Gambar 3. Bugenville Kitchen

Setelah menggali data dengan narasumber melalui wawancara, peneliti menemukan beberapa point-point yang peneliti jadikan sebagai objek penelitian. Sebelum proses pemaknaan yang dialami oleh narasumber, terdapat motif dan pengalaman tersendiri yang dialami oleh narasumber. Motif dan pengalaman tersebut menjadi hal yang melatar belakangi pemaknaan membangun bisnis *online* ketika menjadi mahasiswa bagi narasumber.

A. Motif Mahasiswa Dalam Membangun Bisnis Online

Dalam pembahasan penelitian ini kontruksi makna dari mahasiswa yang membangun bisnis *onlinenya* sendiri memiliki dasar motif yang menjadi melatar belakangi mereka. Berdasarkan hasil dari wawancara dan observasi yang penulis lakukan dengan narasumber dapat dijelaskan motif yang terbagi menjadi dua motif yaitu motif karena (*because motive*) dan motif untuk (*in order to motive*)

1. Motif Karena (*Because Motive*)

Because to motives adalah faktor yang berhubungan dengan sebab dari tindakan yang melatar belakangi individu tersebut (Hardhika, 2021). Motif ini menjadi latar belakang mengapa mereka memutuskan untuk membangun ataupun membuat bisnisnya sendiri dan menjadikannya pengalaman untuk masa depan agar lebih baik untuk kedepannya.

No	Motif karena (<i>because motive</i>) yang dialami narasumber
1.	Memilih bisnis <i>online</i> karena memberikan banyak kemudahan dan keuntungan
2.	Memiliki keahlian dibidangnya
3.	Menemukan peluang di dalam bisnis <i>online</i>
4.	Berawal dari hobi
5.	Ingin mencoba hidup mandiri

Tabel 2. Motif karena (*because motive*)

Oleh karena itu dapat disimpulkan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, narasumber memiliki motif karena (*because motive*) yaitu bisnis *online* dipilih oleh narasumber lantaran banyaknya kemudahan

dan keuntungan yang diberikan kepada narasumber. FW menyatakan bahwa memilih melakukan bisnis secara *online* karena banyaknya keuntungan yang narasumber dapatkan seperti akses yang mudah, pasar yang sudah ada, dan tidak perlu membangun toko konvensional sehingga tidak mengeluarkan modal yang banyak. Bagi AA juga merasa bisnis *online* memiliki banyak keuntungan tergantung bagaimana cara memanfaatkannya semaksimal mungkin. FFS merasa bahwa membuka bisnis *online* dapat memudahkan dirinya untuk memasarkan produknya secara gratis di media sosial.

Memiliki keahlian dalam berdagang juga menjadi salah satu motif bagi narasumber. FW menyatakan bahwa dirinya sudah memiliki keahlian berdagang dari kecil karena membantu ibunya berdagang. “Saya sejak kecil sudah membantu ibu saya berjualan di toko kelontong depan rumah saya, dari situ saya menemukan passion saya yaitu berdagang.” (FW, Wawancara, 12 September 2021). Selain itu juga, memiliki pengalaman dalam berjualan secara *online* menjadi salah satu keuntungan juga bagi narasumber. Hal ini menjadi sebuah keuntungan lantaran dirasa dengan memiliki pengalaman dalam berjualan secara *online* dapat memudahkan pelakunya untuk menggunakan wadah yang ada seperti *marketplace* dengan tepat.

Menemukan peluang adalah hal yang penting sebelum membangun usaha lantaran dengan adanya peluang dapat memudahkan narasumber untuk menentukan akan berjualan apa di *online shop*nya. Seperti AA yang menemukan peluang untuk membangun bisnis *online thriftshop* atau menjual pakaian bekas lantaran merasa pakaian bekas yang memiliki harga yang murah dan masih sangat layak untuk dipakai dapat dijual lagi kepada calon konsumen yang mencari pakaian dengan harga murah dan masih bagus untuk dipakai. Selain itu juga, menurut AA pada tahun 2018 masih belum banyak yang membuka *thriftshop* di media sosial instagram, karena hal tersebut narasumber merasa peluang untuk membangun *thrift shop* pada saat itu cukup besar karena pesaingnya masih sedikit. Selain itu juga FFS menemukan peluang untuk berjualan kue berbahan premium di tempat asalnya lantaran masih sedikitnya pesaing dalam berjualan kue premium. “Aku menemukan peluang bisnis di Ponorogo yang masih sedikit saingannya yaitu bisnis *bakery* dengan bahan premium, karena aku juga hobi membuat kue akhirnya aku berani coba untuk membangun bisnis *bakery* ini.” (FFS, Wawancara, 10 November 2021).

Berawal dari hobi juga menjadi motif untuk membangun bisnis online bagi narasumber. Seperti narasumber AA yang berawal membangun *thriftshop*nya dari hobinya membeli pakain bekas di pasar yang ada di Surabaya. FFS juga merasa hobinya dalam membuat kue dapat menghasilkan sebuah keuntungan bagi dirinya sendiri yaitu dengan dapat mencari penghasilan dari hobinya.

Ingin mencoba hidup mandiri karena dirasa ketika menjadi mahasiswa juga dituntut untuk dapat hidup mandiri. Dengan bisa mencari penghasilan sendiri adalah salah satu jalan untuk mencoba bagaimana rasanya hidup mandiri.

2. Motif Untuk (In Order to Motive)

Motif untuk (*in order to motive*), adalah motif yang

mengacu pada tindakan yang akan dilakukan di masa yang akan datang. Tindakan yang dilakukan juga pasti memiliki tujuan yang telah direncanakan sebelumnya. Seorang pengusaha pasti ingin rencana untuk membuat usahanya menjadi lebih baik dan tetap bisa bersaing di pasar, lantaran hal tersebut mereka pasti mempunyai cara mereka sendiri-sendiri untuk memajukan usahanya.

No.	Motif untuk (<i>in order to motive</i>) yang dialami oleh narasumber
1.	Agar ketika sudah lulus kuliah tidak repot mencari pekerjaan
2.	Ingin mengembangkan bisnisnya menjadi lebih besar lagi
3.	Bisa terus konsisten dalam menjalankan bisnis
4.	Membuat konten untuk pengenalan dan pemasaran

Tabel 3. Motif untuk (*in order to motive*)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis, motif untuk (*in order to motive*) adalah ingin memiliki penghasilan sendiri sebelum lulus kuliah dan tidak repot mencari pekerjaan ketika sudah lulus kuliah. Karena menurut FW mencari pekerjaan di jaman sekarang cukup susah, lantaran hal tersebut narasumber ingin membangun hal yang dapat menghasilkan sejak kuliah agar nantinya ketika lulus sudah ada penghasilan sendiri. Selain itu, narasumber ingin usahanya cepat untuk berkembang dan semakin maju jadi narasumber memulai membangun usaha ketika masih berstatus menjadi mahasiswa agar ketika sudah lulus usahanya sudah memiliki omset yang cukup besar. “Membangun bisnis sejak dini atau waktu masih muda, kalo kita bisa mengaturnya dengan baik maka nanti waktu ketika sudah lulus kuliah bisnisnya juga sudah berkembang dengan pesat dan tidak susah lagi cari kerja.” (FW, Wawancara, 12 September 2021).

Dengan usia yang masih muda dan waktu yang masih cukup banyak, narasumber ingin bisnisnya agar sudah mempunyai *scale up* bisnis yang besar dan narasumber juga ingin melebarkan sayap bisnisnya ke hal yang lain agar pemasukannya lebih banyak lagi serta dapat membuka lapangan usaha baru yang bermanfaat bagi masyarakat.

Bisa terus konsisten dalam menjalankan bisnis juga menjadi satu hal yang penting bagi berjalannya bisnis untuk kedepannya. Karena bagi narasumber AA merasa jika dirinya belum bisa terus konsisten dalam menjalankan bisnisnya untuk sekarang lantaran masih adanya tugas kuliah yang belum diselesaikan.

Membuat konten-konten unik di media sosial agar dapat menarik pelanggan secara tidak langsung. Dengan adanya konten ini dirasa dapat membuat calon konsumen lebih memiliki pandangan tersendiri jika membeli produk dari narasumber.

Ingin mengenalkan keunggulan produknya untuk pasar yang lebih luas lagi. AA menyatakan bahwa ingin mengenalkan bahwa pakaian bekas pun masih sangat layak dipakai dan memiliki harga yang cukup murah jadi tidak perlu membeli pakaian-pakaian yang mahal untuk terlihat keren. Selain itu juga, FFS menyatakan bahwa ingin mengenalkan produk kue premium di tempat asalnya untuk membuat pasar kuliner di tempanya lebih beragam lagi.

Setelah motif dari narasumber, pengalaman juga mempengaruhi dalam proses pemaknaan membangun

bisnis online ketika menjadi mahasiswa bagi narasumber.

B. Pengalaman Berinteraksi Ketika Berbisnis Online dan Pengalaman Sebagai Penjual

Suatu peristiwa yang berkaitan dengan unsur komunikasi akan menjadi pengalaman komunikasi tersendiri bagi individu tersebut, pengalaman komunikasi dianggap menjadi penting lantaran akan menjadi pengalaman yang akan selalu diingat dan memiliki dampak tersendiri bagi individu tersebut (Hafiar dalam Warman, 2012).

Seiring berjalannya kehidupan setiap orang, mereka pasti memiliki berbagai pengalaman komunikasi yang menyebabkan begitu hal yang banyak terjadi dalam kehidupannya. Di dalam penelitian ini, narasumber memiliki berbagai pengalaman komunikasinya.

Pengalaman komunikasi diartikan sebagai hal-hal yang telah dilewati oleh narasumber yang memberikan rasa dampak tersendiri terhadap narasumber. Narasumber juga memiliki banyak pengalaman-pengalaman komunikasi ketika membangun bisnisnya.

No.	Pengalaman berinteraksi dan pengalaman sebagai penjual ketika berbisnis <i>online</i>
1.	Mendapatkan banyak koneksi untuk pengembangan bisnis
2.	Mengetahui bagaimana cara memasarkan produk yang tepat
3.	Mempelajari hal yang baru
4.	Melakukan komunikasi dua arah dengan pengikut <i>online shop</i> agar lebih mengetahui keinginan pelanggannya
5.	Menjaga kepuasan konsumen

Tabel 4. Pengalaman

Mendapat banyak koneksi-koneksi baru di internet. Koneksi ini dapat membantu narasumber dalam hal membangun bisnisnya maupun ketika bisnisnya sudah berjalan. “Koneksi yang telah saya dapatkan dari internet sangat membantu saya dalam membangun bisnis lantaran saya dapat bertanya kepada orang yang lebih berpengalaman.” (FW, Wawancara, 12 September 2021).

Lebih mengetahui strategi-strategi apa saja yang digunakan agar penjualan produknya bisa meningkat dan dapat bersaing di pasaran. Hal ini sangat bermanfaat lantaran biasanya ilmu yang digunakan untuk berjualan *online* dijual dengan harga mahal oleh orang lain. Selain itu juga, belajar untuk mengetahui cara membangun *brand awaraness* bagi tokonya juga sangat penting, lantaran dengan adanya *brand awaraness* bisa mengenalkan ciri khas produknya kepada pasar yang telah ada.

Rasa bangga dan senang ketika bisa berhasil membangun usahanya sendiri juga menjadi pengalaman yang tersendiri bagi narasumber. Hal ini bisa menjadi salah satu faktor pendukung bagi seorang untuk menjalani kehidupan sehari-hari dengan nyaman dan penuh dengan harapan. Dorongan semangat dan dukungan dari orang-orang disekitar juga merupakan sebuah pengalaman komunikasi yang membekas bagi narasumber lantaran narasumber merasa terbantu dengan dorongan semangat yang diberikan orang sekitarnya agar tetap bisa menjalani pasang surut dalam dunia bisnis.

Mempelajari hal yang baru bagi hidupnya yaitu dengan mempunyai pengalaman bagaimana rasanya membangun bisnis dari nol serta mendapatkan berbagai

ilmu-ilmu yang baru khususnya ilmu pemasaran agar bisnisnya bisa dikenala masyarakat luas.

Melakukan komunikasi dua arah dengan pengikut *online shop* instagramnya juga menjadi pengalaman yang tersendiri bagi narasumber. Lantaran hal ini narasumber menjadi lebih tau apa saja keinginan calon pembelinya. Komunikasi ini dilakukan dengan menggunakan fitur instagram yaitu *question box*. Dalam prosesnya, narasumber melemparkan pertanyaan kepada pengikutnya melalui *question box* instagram, lalu pengikutnya melakukan timbal balik dengan menjawab pertanyaan tersebut sesuai dengan apa yang dipertanyakan oleh narasumber. Pada akhirnya, narasumber mendapatkan pandangan tersendiri tentang keinginan konsumennya dari jawaban-jawaban yang telah mereka berikan.

Kepuasan pelanggan juga menjadi hal yang sangat dijaga oleh narasumber karena hal tersebut menjadi kebahagiaan tersendiri bagi narasumber. Dengan adanya kepuasan pelanggan narasumber merasa bahwa produknya bisa bersaing di pasaran dan lebih percaya diri dalam membuat menu-menu baru. “Dengan menjaga kepuasan pelanggan aku merasa bahagia lantaran aku merasa apa yang aku buat bisa dinikmati oleh orang lain dan aku juga semakin percaya diri untuk membuat menu-menu baru.” (Wawancara, FFS, 10 November 2021).

C. Makna Terbangun Karena Adanya Motif dan Pengalaman Yang Telah Dialami Oleh Narasumber Pelaku Bisnis Online

Seiring berjalannya waktu pastinya seseorang pasti akan mendapatkan banyak pengalaman-pengalaman yang dapat menjadi sebuah makna bagi kehidupannya. Setiap individu pasti memberi makna yang berbeda-beda berdasarkan pengalaman yang telah mereka lewati.

Aliran konstruktivisme dapat memahami bahwa konsep dari makna yang dihasilkan dari individu dibuat berdasarkan kumpulan dari sebuah pengetahuan (stock of knowlegde) individu yang dipengaruhi oleh pengalaman pengalamannya. Realitas dari sebuah objek nyata merupakan keterkaitan individu terhadap objek tersebut (Ryanto, 2019).

No.	Pemaknaan membangun bisnis <i>online</i>
1.	Sebagai sebuah tantangan untuk terjun ke dalam dunia bisnis
2.	Sebagai jalan untuk meraih cita-cita
3.	Menjadi lebih produktif
4.	Perjuangan untuk hidup mandiri
5.	Memiliki rasa komitmen dan bertanggung jawab dengan bisnis yang telah dibangun
6.	Sebagai pengembangan diri

Tabel 5. Pemaknaan

Mahasiswa yang menjalankan bisnisnya sendiri bukanlah sebuah hal yang baru di Indonesia, namun fenomena ini terus berkembang seiring berkembangnya zaman. Fenomena ini juga menjadi tren yang positif lantaran banyak mahasiswa yang akhirnya tertarik dan membangun bisnisnya sendiri.

Hidup sebagai pebisnis yang masih berstatus menjadi mahasiswa memiliki sebuah pandangan tersendiri bagi pelakunya. Membangun bisnis *online* ketika masih mahasiswa menjadi sebuah tantangan bagi hidupnya, lantaran membangun suatu usaha yang baru itu mudah tapi bagaimana kedepannya agar usaha tersebut tetap berjalan

dan tetap berkembang adalah sebuah tantangan tersendiri bagi pelaku usaha. FW menyatakan bahwa “Semua orang bahkan bisa membuka usahanya masing-masing namun, tidak semuanya bisa berjalan dengan lancar ketika usaha tersebut sudah berjalan.”(FW, Wawancara, 12 September 2021). Hal ini menjadi suatu tantangan tersendiri bagi narasumber untuk memiliki ketrampilannya sendiri untuk membangun usaha agar bisa tetap berjalan lancar untuk seterusnya. Lantaran hal tersebut juga membuat mental narasumber menjadi lebih kuat untuk menghadapi dunia usaha yang biasanya naik turun dan tidak tetap penghasilannya.

Setiap pengusaha atau pebisnis pastinya mempunyai mental bisnis yang sudah tertata. Jika mentalnya masih kurang biasanya usahanya akan berhenti di tengah jalan lantaran tidak kuat akan ketidak pastian yang ada di dalam bisnis. Banyak orang yang akan menyerah dan lebih memilih mempunyai penghasilan yang tetap.

Setiap individu pasti memiliki alasannya sendiri-sendiri untuk memilih sebuah jalan yang telah mereka putuskan. Keputusan tersebut pastinya akan membawa dampak tersendiri bagi individu tersebut kedepannya. Narasumber juga telah memilih jalannya sendiri dengan membangun bisnisnya ketika menjadi mahasiswa. Dengan banyaknya tugas kuliah dan juga harus membagi waktunya untuk bisnis yang telah narasumber jalankan bukanlah suatu yang mudah namun, pada akhirnya narasumber masih bisa menjalankan keduanya dengan baik tanpa melupakan salah satu satunya. Banyak sekali mahasiswa yang menjadi terlena ketika sudah bisa menghasilkan uang sendiri dan melupakan perkuliahannya.

Selain itu juga, membangun bisnis *online* ketika menjadi mahasiswa adalah sebagai proses membuka jalan untuk menggapai cita-cita yaitu menjadi wirausaha. Dengan sudah adanya jalan untuk meraih cita-cita dengan dapat mencari penghasilan sendiri, hal ini juga akan berdampak baik untuk meringankan beban orang tua karena dapat membiayai kuliah dengan uang hasil jerih payah sendiri serta ingin mensejahterakan perekonomian keluarga.

Membangun bisnis ketika masih menjadi mahasiswa dapat mengisi waktu luang ketika kuliah sedang longgar lantaran hal tersebut narasumber menjadi lebih produktif lagi dalam menjalani kehidupannya. “Semakin produktif di usia muda menurutku bisa menjadi hal baik nantinya waktu aku sudah tua, jadi aku pengen bisa terus produktif untuk menjalankan bisnis ini.”(AA, Wawancara, 28 Oktober 2021)

Selain itu juga narasumber juga memaknai membangun bisnis *online* ketika masih menjadi mahasiswa sebagai suatu perjuangan bagi dirinya untuk menjadi lebih mandiri dan nanti setelah menjadi sarjana menjadi lebih siap untuk terjun ke dunia pekerjaan karena sudah mempunyai beberapa pengalaman dari membangun bisnisnya sendiri.

Berawal hanya untuk mengisi waktu luang, pada akhirnya merasa nyaman untuk tetap menjalankan bisnisnya. FFS merasa nyaman lantaran bisnis yang dijalankannya sejalan dengan hobinya yaitu membuat kue. Akhirnya narasumber berkomitmen dan bertanggung jawab untuk tetap mengembangkan bisnisnya menjadi

lebih besar lagi.

Membangun bisnis dapat menjadikan diri untuk lebih berkembang lantaran mempelajari hal-hal baru yang mungkin dapat bermanfaat bagi dirinya sendiri untuk kedepannya. FFS menyatakan bahwa “karena aku menjalankan bisnis ini, aku merasa lebih dapat berkembang menjadi lebih baik untuk diriku sendiri karena dengan mengembangkan bisnis aku menjadi belajar lebih untuk membuat menu-menu yang baru agar konsumen tidak bosan dengan hanya itu-itu saja yang ada.”(FFS, Wawancara, 10 November 2021).

PENUTUP

Simpulan

Dari pembahasan hingga analisis data yang diperoleh dari penelitian diatas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut. Proses pemaknaan dilatar belakangi oleh motif dan pengalaman yang telah dialami oleh narasumber. Motif sendiri terbagi menjadi dua yaitu motif karena dan motif untuk. Motif karena yang dialami narasumber ialah memiliki skill untuk terjun dibidangnya, ingin memanfaatkan suatu hal agar bisa menjadi suatu yang menghasilkan, berawal dari hobi yang mereka miliki, dan menemukan peluang yang ada untuk dijadikan bisnis *online*. Motif untuk yang dialami narasumber antara lain adalah agar tidak repot mencari pekerjaan ketika sudah menjadi sarjana, ingin mengembangkan bisnisnya menjadi lebih besar lagi kedepannya, bisa terus konsisten dalam mengembangkan bisnis, dan membuat suatu hal yang baru kedepannya untuk bisnisnya agar tetap mengikuti jaman.

Pengalaman komunikasi mahasiswa yang membangun bisnis *online* bagi ketiga narasumber antara lain mendapatkan suatu hal yang baru bagi dirinya karena bisa membangun bisnisnya sendiri, mendapatkan banyak koneksi untuk pengembangan bisnis, menjadi lebih mengerti tentang bagaimana cara membangun *brand awareness* dan memasarkan produk mereka, serta mendapatkan kepuasan dari konsumen.

Setelah adanya motif dan pengalaman yang dialami narasumber proses pemaknaan dapat terjadi. Pemaknaan yang dialami oleh narasumber cukup berbeda-beda lantaran adanya motif dan pengalaman berbeda yang dialami setiap narasumber. Makna membangun bisnis *online* ketika masih menjadi mahasiswa bagi narasumber adalah suatu tantangan untuk bisa terjun dalam dunia bisnis, membuat diri menjadi semakin produktif dalam menjalani kehidupan sehari-hari, sebagai perjuangan untuk menjadi lebih mandiri, menjadi lebih berkembang karena mempelajari hal yang baru, berkomitmen dan bertanggung jawab atas bisnis yang telah dibangun dan sebagai sebuah jalan untuk meraih cita-citanya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti diatas, maka peneliti mendapatkan beberapa masukan atau saran yang berguna untuk beberapa pihak. Berikut adalah saran yang ingin disampaikan peneliti:

1. Bagi narasumber mahasiswa pelaku bisnis *online* yang telah berusaha dengan serius dalam menjalankan dan mengembangkan bisnisnya sendiri-sendiri, diharapkan agar tetap konsisten untuk terus bisa

menjalankan bisnisnya menjadi lebih besar lagi kedepannya. Selain itu juga, diharapkan narasumber tetap bisa fokus dalam menjalankan kewajibannya sebagai mahasiswa untuk meraih gelar sarjana. Untuk kedepannya juga, bisnis yang dibangun bisa memberikan dampak yang positif bagi masyarakat conothnya bisa menjadi lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat. Jadi selain bermanfaat bagi dirinya sendiri, bisnis yang dibangun juga bermanfaat bagi lingkungan disekitarnya. Jiwa kreatif dan inovatif dalam menjalankan bisnis juga harus tetap ada agar nanti bisnisnya tetap bisa bersaing dipasaran.

2. Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi sebuah masukan atau pemikiran bagi mahasiswa atau masyarakat yang ingin terjun langsung untuk membangun bisnisnya sendiri-sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2010). Kewirausahaan untuk Umum dan Mahasiswa. *Bandung: Alfabeta*.
- Alex Sobur. (2006). Semiotika Komunikasi, Bandung: Remaja Rosdakarya Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisa Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis framing. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Alsa, A. (2004). Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif serta kombinasinya dalam Penelitian Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anas, Sudijono. (1996). Pengantar Evaluasi Pendidikan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Ardianto, Elvinaro. (2010). Metode Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: PT Simbiosis Rekatama.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- B. Uno, Hamzah. (2008). Teori Motif dan Pengukurannya, Jakarta : Bumi Aksara.
- Basrowi. (2011). Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Darwanto, D. (2012). Peran Entrepreneurship Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. Semarang : Universitas Negeri Semarang
- [databoks.katadata.co.id. \(2021\). Duh! Tingkat Pengangguran Terbuka Anak Muda Tertinggi. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/24/duh-tingkat-pengukuran-terbuka-anak-muda-tertinggi](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/24/duh-tingkat-pengukuran-terbuka-anak-muda-tertinggi) (Di akses, 20 July 2021).
- Mulyana, Dedy. (2001). Metode Penelitian Kualitatif, Remaja Rosdakarya
- Elza, Putri. (2015). Kontruksi Makna Media Sosial *Ask.FM* Bagi Pengguna di Kota Pekanbaru. Pekanbaru : Universitas Riau.
- Ghufron , M. Nur Dan Rini Risnawita S. (2012). Teori-Teori Psikologi. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hardhika, R. E. B. (2021). PENGALAMAN PENGGUNA PAYLATER MAHASISWA DI SURABAYA. *Commercium*.
- Herdiansyah, Haris. (2011). Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta : Salemba Humanika.
- Herman, H., & Yakub, Y. (2010). Kajian Tentang Perkembangan E-Business Terhadap Praktik Bisnis. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*.
- Kasmir. (2011). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Kurniawan, Wildan. (2015). Makna Bisnis *Online* Bagi Pengusaha Muda. Garut. Universitas Garut
- Kuswarno, Engkus. (2009). Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi; Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian, Bandung: Widya Padjajaran
- Maryati. (2010). Statistika Ekonomi dan Bisnis, Edisi Revisi Cetakan Kedua. Yogyakarta : (UPP) AMPYKPN
- Moleong, Lexy J. (2006). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy J. (2007). Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2009). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy. J. (2016). Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nafarin, M. (2007). Pengangguran Perusahaan. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Purwanto, S. (2009). Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern Edisi 3 Buku 2. *Jakarta. Salemba Empat*.
- Qalam, A. H. (2020). Studi Fenomenologi Terhadap Motif dan Pemaknaan Halal Dalam Produk Kosmetik Pada Perempuan Urban di Kota Surabaya. *Commercium*.
- Ryanto, R. (2019). MAKNA ENTERPRENEUR BAGI WIRUSAHA MUDA BERSTATUS MAHASISWA DI AREA CAR FREE DAY KOTA PEKANBARU. *Universitas Riau*.
- Saparwati, M., & Sahar, J. (2017). Pengalaman Kepala Ruang Dalam Mengelola Ruang Rawat Inap Di RSUD Ambarawa. *Prosiding Seminar Nasional & Internasional*.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. (2002). Psikologi Remaja. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2012). Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Thousani, H. F. (2015). Upaya Pengembangan E-Business dalam Pemasaran Produk Secara Internasional (Studi pada Akademi Bisnis Online Indonesia Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis, 23*(1).
- Turban , E. Et al. . (2010). *Electronic Commerce: A managerial Perspective*. New Jersey: Pearson prentice Hall, inc.
- Wijatno, Serian. (2009). Pengantar Entrepreneurship. Jakarta : Grasindo
- Winarno. (2011). Pengembangan Sikap Entrepreneurship dan Intrapreneurship. Jakarta: PT Indeks.
- Wijaksono, H. P., Sugiarto, Y., & Idris, I. (2014). Analisis orientasi kewirausahaan dan sumber daya internal perusahaan terhadap kinerja melalui keunggulan bersaing (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Furniture Kabupaten Jepara). Semarang : Universitas Diponegoro.

- Wiratama, R. (2018). KONSTRUKSI MAKNA FANATISME BAGI SQUAD RED SHIELD PADA GAME RISING FORCE DI BANDUNG. Bandung : Universitas Komputer Indonesia
- Yuniar, A. M. (2022). PEMAKNAAN BRAND CHINA (Studi Fenomenologi Pada Millennial Pengguna Mobil Wuling di Surabaya). *Commercium*

