
PELUANG BAGI MAHASISWA DALAM MEMANFAATKAN BISNIS ONLINE BERBASIS DIGITAL

Oleh

Robiatul Adawiyah¹, Erika Ananda Arum², Aulia Ifah Lubanah³, Reza Fadhlika⁴,
Elviyani Limbong⁵, Budiandru⁶

^{1,2,3,4,5,6}Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah

Prof.Dr.Hamka

E-mail: ²anandaerika77@gmail.com

Article History:

Received: 15-01-2023

Revised: 26-01-2023

Accepted: 29-01-2023

Keywords:

Opportunity, Online
Business, Social Media

Abstract: Penelitian ini menfokuskan pada peluang mahasiswa dalam memanfaatkan bisnis online berbasis digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif, metode analisis deskriptif dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form untuk mendapatkan atau menggali pendapat dan informasi dari para responden, yaitu mahasiswa yang sedang berbisnis online. Hasil penelitian dari data yang di dapat melalui penyebaran kuesioner sebanyak 40 orang, dihasilkan bahwa bisnis online dengan media sosial ini ialah hal yang sangat menarik, sebab bisa menarik minat pelanggan lewat media sosial yang tidak harus bertransaksi secara langsung.. Penjual online hanya perlu bertransaksi secara online melalui platform media sosial mereka dan jika sudah terjadi kesepakatan maka barang yang ingin dijual bisa langsung dikirim ke daerah manapun menggunakan jasa kirim. Maka bisnis online sangat berpeluang bagi mahasiswa.

PENDAHULUAN

bagian dari kehidupan sehari-hari, dan pengguna internet pun semakin banyak. Adanya teknologi membuat suatu perubahan dan kemudahan bagi manusia untuk melakukan banyak hal, dan juga teknologi digital tersebut menghadirkan media internet. Salah satu manfaat hadirnya media internet ialah bisnis online, jika dulu penjualan hanya dapat dilakukan secara offline, tapi dengan hadirnya internet dan saat terjadinya pandemi menjadikan bisnis online memiliki banyak peluang.

Definisi dan Cara Membangun Bisnis Online

Bisnis online merupakan sebuah akses internet untuk aktivitas jual beli. Sedangkan menurut Jasmadi dan Solusindo bisnis online ialah sebuah tempat atau wadah untuk membagikan suatu informasi. Menurut Dedik Kurniawan bisnis online adalah aktivitas yang dilakukan secara online oleh pedagang untuk melakukan penawaran barang dagangannya. Ahli L.R Dicksee menambahkan bisnis online melibatkan 3 peran di dalamnya yaitu produsen, distributor, dan konsumen. Platfrom yang bisa digunakan dalam berbisnis online mulai dari web, marketplace, media sosial, bahkan media komunikasi seperti WhatsApp.

Mahasiswa disebut sebagai agen perubahan yang sadar dengan adanya manfaat internet untuk berbisnis. Pemasaran online lebih berefek hasilnya dan mudah dilakukan

ketimbang melakukan pemasaran secara offline. Menurut (Opiida, 2014) marketplace merupakan media online berbasis internet (wed based) tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. silontong.com (2020) Pembeli dapat mencari banyak supplier yang diinginkan, sehingga nantinya memperoleh sesuai harga pasar.

Jika dilihat dari perkembangan teknologi yang semakin berkembang, dan menurut data dari Asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia (APJII) jumlah penggunaanya pun di Indonesia mencapai 205 juta orang untuk periode 2022 kini dengan begitu presentasinya sebesar 73,7%.

Gambar 1. Highlight Perilaku



{AlifKarnadi2022} Dan menurut Badan pusat Statistik (BPS) terdapat 63,52% penggunaanya melakukan pemasaran digital, melalui soial media. Karena peningkatan tersebut sangat berdampak pada peningkatan ekonomi di Indonesia, serta membuat pendapatan pemerintah semakin bertambah dengan adanya pendapatan pajak yang dibebankan oleh pembisnis tersebut, dan hal itu sangat berpengaruh untuk mengurangi pengangguran di Indonesia. {Humaira2022}

Gambar 1. Diagram Perilaku



Ruang global bisnis online bisa di akses kapan saja dan di mana saja, dan itulah yang menjadi peluang yang harus di manfaatkan untuk para mahasiswa. Apalagi bisnis online di Indonesia cukup berkembang pesat dan sangat menjanjikan, apalagi pada saat situasi

pandemi kemarin bisnis online tumbuh hingga 33,2% untuk tahun 2020, dan untuk periode 2021/2022 sudah mencapai 48%-50%. Ruang globalnya pun memberi akses kesempatan untuk melakukan hal apapun dalam berpromosi, Saat berpromosi harus melakukan hal yang kreatif mungkin agar orang lain tertarik dengan apa yang kita jual. {Srii2021}

Strategi yang bisa di terapkan: {Maryati2019}

1. Memiliki Email, gmail, Yahoo maupun WhatsApp/nomer telpon bisnis dan akses komunikasi lainnya yang digunakan penjual untuk melakukan komunikasi kepada pembeli, serta memiliki akun.
2. Memiliki sebuah web atau blog maupun platform yang akan digunakan sebagai toko online. Contohnya seperti, Shopee, tokopedia, lazada, media sosial lainnya bisa berupa WhatsApp, Instagram, Twitter, Facebook, Tiktok, maupun blogger.com dll.
3. Memaksimalkan segala jaringan akses yang kita miliki, sehingga para pembeli bisa memesan lewat akses manapun yang sudah disediakan.
4. Tentukan jenis barang dan harga yang sesuai, dan sertakan tujuan serta target produk yang anda jual.
5. Tentukan layanan jasa antar yang akan digunakan. Bisa melalui jasa antar yang sudah tersedia ataupun jasa antar yang kalian lakukan sendiri, dan perhitungkan biaya antarnya.
6. Buatlah sebuah promosi berupa video, foto atau brosur/pamflet semenarik mungkin, dan upaya-upaya marketing yang seunik mungkin yang berbeda dari toko yang lain, sehingga para pembeli tertarik Ketika melihat layanan promosi yang anda tawarkan.
7. Tentukan jaringan akses metode pembayaran.
8. Persiapkan metode pencatatan keuangan.
9. Memperbanyak relasi pertemanan di sosial media, dengan adanya relasi yang luas dapat meningkatkan bisnis yang kita miliki. Dan adanya relasi yang luas kita bisa menawarkan secara langsung/offline.
10. Ketahuilah dan pahami resiko yang akan datang, dengan mempersiapkan berbagai cara agar nantinya Ketika resiko itu datang kita tau bagaimana cara menyelesaikannya.

Langkah-langkah yang bisa dilakukan Ketika menghadapi resiko

- a. Bersabar dan memahami bahwa setiap usaha pasti akan menghadapi suatu masalah/resiko dan itu wajar. Setiap kesuksesan pasti membutuhkan suatu proses, dan proses tersebut tidak selalu berjalan mulus sesuai yang kita inginkan, tetapi kita sebagai pembisnis juga harus merasakan kesusahan dalam menjalani proses tersebut, dan jadikan kesusahan itu sebagai penyemangat untuk terus bangkit sehingga tidak mudah putus asa.
- b. Cari ide lain yang bisa membangun dan bisa menyelesaikan permasalahan yang dihadapi, misalnya adanya inovasi baru dll.
- c. Membangun hubungan yang baik dengan semua orang. Sebagai pembisnis kita tidak boleh sombong atau bersikap tidak ramah kepada orang, sebab dengan kita membangun hubungan yang baik ke semua orang itu akan menghindarkan banyaknya musuh yang mau menghancurkan usaha kita.

Keuntungan membuka bisnis online

- a. Tidak perlu sewa tempat yang mahal

- b. Peluang pasar luas, bisa sampai ke luar negeri
- c. Bebas kendala cuaca
- d. Membutuhkan modal yang lebih kecil dari pada usaha offline
- e. Bisa menjalankan usahanya dimana saja dan kapan saja
- f. Bisa membuat forum atau komunitas pelanggan sendiri
- g. Mempermudah pembeli dalam memesan produk, karena tidak perlu kepusat pembelian

Kelemahan dalam bisnis online

- a. sangat bergantung pada kondisi internet
- b. kurang kepercayaan konsumen, karena sering terjadinya kasus penipuan online
- c. sering terjadinya pelanggaran hak cipta.
- d. Masalah pengiriman produk yang terkadang tidak menentu

Upaya peningkatan penjualan online

- a. Konsisten dalam melakukan promosi dan terus update barang ke sosial media
- b. Memberikan penawaran yang menarik misalnya seperti diskon, buy 1 get 1, free ongkir.
- c. Mencari informasi untuk barang-barang yang sedang nge-tren
- d. Selalu bersikap ramah kepada para konsumen
- e. Ikut bergabung kedalam marketplace yang sudah tersedia

LANDASAN TEORI

Pengertian Bisnis

Hooper (2008:35), Bisnis adalah segala dan keseluruhan kompleksitas yang ada pada berbagai bidang seperti penjualan (commerce) dan industri, industri dasar, processing, dan industri manufaktur dan jaringan, distribusi, perbankan, asuransi, transportasi, dan seterusnya yang kemudian melayani dan memasuki secara umum dunia bisnis secara menyeluruh.

Sukirno (2010:20), Bisnis adalah kegiatan untuk memperoleh keuntungan. Semua orang atau individu maupun kelompok melakukan kegiatan bisnis pastinya untuk mencari keuntungan agar kebutuhan hidupnya terpenuhi. Tidak ada orang melakukan bisnis untuk mencari kerugian. Menurut Madura (2010:2), Bisnis adalah suatu badan yang diciptakan untuk menghasilkan produk barang dan jasa kepada pelanggan.

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah satuan kegiatan yang dijalankan untuk mendapatkan keuntungan dari sumber daya yang tersedia dilakukan dengan cara individu maupun kelompok, untuk dapat terpenuhinya kebutuhan sehari-hari dan juga berfungsi meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan terciptanya barang atau jasa yang dapat menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya.

Pengertian digital marketing

Urban (2004:2), Digital marketing adalah menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. Definisi ini berkonsentrasi pada seluruh marketing tradisional.

Heidrick dan Struggless (2009:1), Digital marketing adalah perkembangan dari digital marketing melalui web, telepon genggam dan perangkat games, menawarkan akses baru periklanan yang tidak digembor-gemborkan dan sangat berpengaruh.

Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan (2009:47), Digital marketing adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, edwords, ataupun jejaring sosial. Tentu saja digital marketing bukan hanya berbicara tentang marketing internet.

Digital marketing adalah kemajuan dari internet yang dapat membantu memperluas dan menyebarkan informasi terkait penjualan dan penawaran secara luas dan meningkatkan marketing tradisional yang digunakan menjadi digital marketing yang lebih praktis.

METODE PENELITIAN

a. Tempat dan Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan pada Desember 2022 sampai November 2022, dengan harapan banyaknya responden sesuai target, dan bertempat di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.

b. Metode Penggalan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif, metode analisis deskriptif dengan menyebarkan survey melalui *Google Form* untuk mendapatkan atau menggali pendapat dan informasi dari para responden, yaitu mahasiswa yang sedang berbisnis online.

Menurut Sugiyono (2007:1), metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrument kunci, Teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Data Respon Mahasiswa terhadap Peluang bagi mahasiswa dalam memanfaatkan bisnis online berbasis digital, menggunakan aplikasi *Google Form*, diperoleh dengan memberikan angket kepada responden dengan menggunakan web/link di <https://forms.gle/bNavNA2gVjw431J5A> . Penyebaran kuisisioner dimulai pada tanggal 13 November 2022 sampai 21 November 2022, dengan harapan banyaknya responden sesuai target. Dari jawaban para responden dapat disimpulkan bahwa Dengan 15 pertanyaan seputar bisnis online berbasis digital kepada mahasiswa dengan batas waktu 21 November 2022 , yang terdapat 40 responden yang telah menjawab dan kesimpulannya terdapat 40 responden Kuisisioner yang mempunyai usaha online , usaha dari para responden cukup variatif seperti

- Pula data interner
- Fashion Pria & wanita
- Kuliner
- Jasa Pengetikan
- Aksesoris

Produk yang dijual yaitu berupa barang seperti pakaian, alat kesehatan ,aksesoris pria dan wanita, dan juga berupa jasa seperti Jasa pengetikan ,Bimbingan tari dan make up ,kurun waktu para responden memulai usaha yaitu sejak tahun 2013 sampai dengan tahun 2022 Alasan mengapa terjun ke dunia bisnis yaitu menambah pemasukan , terdapat peluang bisnis dan menambah pengalaman dalam berbisnis. Para responden juga menggunakan beberapa sosial media seperti Whatsapp,Instagram dan Tiktok, dan juga beberapa e-commerce seperti Shopee dan

Lazada , dan juga ada menggunakan media tatap muka daring seperti Zoom meeting untuk platform penjualan produk mereka alasannya platform dari sosial media, e-commerce dan media tatap muka daring di atas dipilih karena sudah banyak dijangkau oleh masyarakat luas dan penggunaannya yang mudah.

Tantangan saat bisnis online juga beragam seperti banyaknya produk yang sama pada toko lain di dalam satu platform dan solusinya yaitu melakukan inovasi pada produk agar terlihat berbeda dari toko yang lain dan juga melakukan beberapa promosi seperti diskon produk, buy 1 get 1 dan juga memberikan bonus . Jasa pengiriman yang di gunakan para responden juga beragam seperti perusahaan jasa pengiriman JNE , JNT, Antar aja, Shopee Express dan juga ada berapa yang langsung mengantarkan ke pembeli atau sistem COD. Dalam pengelolaan keuangan dalam bisnis online sebagian besar responden menggunakan sistem pencatatan pertransaksi lalu akan di hitung kembali keuntungan dan modal per minggu atau pun per bulan.

Menurut para responden kesulitan yang pernah mereka alami yaitu saat awal memulai bisnis mungkin belum berinovasi sehingga pembeli yang belum seberapa banyak , namun setelah berinovasi produk akan mulai terkenal dan di gemari pembeli dan juga dengan bermodalkan pengetahuan teknologi bisnis berbasis digital bisnis yang di jalani akan sukses dan berkembang pesat

c. Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan yang terdiri dari individu-individu atau bahkan satuan-satuan yang akan diteliti mengenai karakteristiknya (Hardi, 2022). Sedangkan untuk sampel sendiri ialah bagian kecil dari populasi yang diambil sebagai objek dalam sebuah pengamatan atau penelitian lantaran dianggap mampu mewakili populasi (Sitoresmi, 2021).

Subjek Penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang sedang berbisnis online, yang berjumlah 40 orang. Data Respon Mahasiswa terhadap Peluang bagi mahasiswa dalam memanfaatkan bisnis online berbasis digital, menggunakan aplikasi Google Form, diperoleh dengan memberikan angket kepada responden dengan menggunakan web/link.

Tahapan Penelitian

1. Dimulai dengan memutuskan masalah yang akan diangkat menjadi bahan penelitian.
2. Memutuskan tempat dan waktu penelitian.
3. Merancang daftar pertanyaan untuk kuesioner.
4. Melakukan pembagian kuesioner secara daring (online) terhadap sampel yang telah ditentukan.
5. Menganalisis data yang didapatkan dari hasil kuesioner.
6. Pengolahan data.
7. Membuat kesimpulan dari data yang telah dianalisis.
8. Menarik kesimpulan yang bersumber dari hasil analisa data dan diperiksa kesesuaian dengan maksud dan tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel. 1 Skala Likert

Kriteria Jawaban	Skor Jawaban
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
TidakTahu	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Didapatkan hasil uji Statistik deskriptif, seperti pada table dibawah ini.

Tabel. 2 Descriptive Statistics

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	40	1	5	3.77	.862
X1.2	40	2	5	3.88	.757
X1.3	40	1	5	4.05	.959
X1.4	40	1	5	3.98	.862
X2.1	40	1	5	4.13	1.067
X2.2	40	1	5	4.30	.853
X2.3	40	1	5	4.27	1.281
X2.4	40	1	5	4.20	.823
Y.1	40	1	5	3.37	1.192
Y.2	40	1	5	2.98	1.187
Y.3	40	2	5	4.13	.723
Y.4	40	3	5	4.30	.648
Valid N (listwise)	40				

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa variable X1.1 dengan jumlah responden (N) sebanyak 40 responden memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 3.77 dengan nilai minimum sebesar 1, dan nilai maksimum sebesar 5, sedangkan standar deviationnya sebesar 0,862.

Dilihat dari rata-rata, Sebagian besar responden memilih tidak tahu, bagaimana cara mengelola keuangan saat berbisnis online. Untuk variabel X1.2 dengan jumlah responden (N) sebanyak 40 responden memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 3.88 dengan nilai minimum sebesar 1, dan nilai maksimum sebesar 5, sedangkan standar deviationnya sebesar 0,757.

Dilihat dari rata-rata responden Sebagian besar memilih tidak tahu, bagaimana cara melihat peluang berbisnis online di sekitar. Variabel X2.1 dengan jumlah responden (N) sebanyak 40 responden memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 4.13 dengan nilai minimum sebesar 1, dan nilai maksimum sebesar 5, sedangkan standar deviationnya sebesar 1.067.

Responden sebagian besar setuju jika media social dan platform bisnis online seperti Shopee, Lazada, WhatsApp dan Instagram lebih banyak dan lebih mudah untuk digunakan. Variabel X2.2 dengan jumlah responden (N) sebanyak 40 responden memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 4.30 dengan nilai minimum sebesar 1, dan nilai maksimum

sebesar 5, sedangkan standar deviationnya sebesar 0.853.

Responden sebagian besar setuju jika berbisnis online memiliki banyak manfaat dan kelebihan, seperti lebih fleksibel, mudah digunakan, dan tidak perlu modal yang besar Variabel Y.1 dengan jumlah responden (N) sebanyak 40 responden memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 4.13 dengan nilai minimum sebesar 1, dan nilai maksimum sebesar 5, sedangkan standar deviationnya sebesar 1.067.

Responden sebagian besar setuju jika berbisnis online juga memiliki banyak tantangan seperti banyak pesaing, sulit mencari target pasar, dan sulit mempertahankan pelanggan.

Variabel Y.2 dengan jumlah responden (N) sebanyak 40 responden memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 2.98 dengan nilai minimum sebesar 1, dan nilai maksimum sebesar 5, sedangkan standar deviationnya sebesar 1.187. Responden Sebagian besar tidak setuju jika bisnis offline lebih efisien dibandingkan bisnis online, karena bisnis offline memerlukan banyak modal.

UJI REABILITAS

Tabel. 3 Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

Tabel. 4 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
-.130	12

Hasil Cronbach's Alpha table diatas menunjukkan bahwa pada pengujian ini dilakukan secara variabel bukan secara item pertanyaan pada setiap variabel yang dapat dilihat hasilnya adalah 0,130 nilai cronbach's alpha lebih besar daripada 0,6 maka dapat dikatakan reliabel

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada saat ini usaha online menjadi salah satu upaya dalam transaksi jual beli di media sosial. Usaha online ini menjadi salah satu transaksi yang paling banyak digunakan, seperti di media sosial instagram, facebook, dll.

Dari data yang di dapat melalui penyebaran kuesioner sebanyak 40 orang, dihasilkan bahwa usaha online dengan media sosial ini ialah hal yang sangat menarik, sebab bisa menarik minat pelanggan lewat media sosial yang tidak harus bertransaksi

secara langsung. Usaha online merupakan transaksi jual beli yang mudah dilakukan, karena penjual biasanya menyerluaskan jualan mereka lalu pengikut dari media sosial akan melihat dan mereka akan tertarik untuk membelinya. Sudah banyak juga aplikasi lain selain media sosial yang bisa digunakan untuk menaruh usaha jualan di platform tersebut. Selain mudah, usaha online ini bisa mendapatkan keuntungan yang besar karena mereka tidak perlu membuka tempat usaha secara offline dan hal ini sangat menghemat biaya.

Penjual online hanya perlu bertransaksi secara online melalui platform media sosial mereka dan jika sudah terjadi kesepakatan maka barang yang ingin dijual bisa langsung dikirim ke daerah manapun menggunakan jasa kirim. Maka, dengan adanya usaha online para responden yang mengisi kuesioner sangat terbantu karena tidak perlu usaha offline. Dalam penelitian yang bersumber pada formulir usaha dari para responden cukup variative Sebagian besar di didominasi oleh produk fashion dan kuliner

Tabel. 5 Dominasi Pemilih

Produk	Jumlah
Fashion	15
Kuliner	14
Jasa	2
Kosmetik & Alat kesehatan	2
Lain - lain	7
Total	40

Produk yang sangat berpeluang bagi para mahasiswa berdasarkan kuesioner yaitu produk fashion , lalu di lanjutkan dengan kuliner yang juga sangat berpeluang mahasiswa dalam berbisnis , selain ini mahasiswa juga berbisnis di bidang jasa seperti jasa pengetikan dan pengerjaan tugas, adapun mahasiswa mempunyai bisnis lainnya seperti produk kosmetik ,alat Kesehatan,dan pulsa.

Dalam penelitian para responden memulai usaha dari kurun waktu 2010 sampai dengan 2022 , yang sebagian besar di tahun 2020 bertepatan saat pandemic.

Alasan mengapa responden terjun ke dunia bisnis yaitu menambah pemasukan, terdapat peluang bisnis , dan menambah pengalaman dalam berbisnis.,terlebih di saat pandemic banyak mahasiswa yang mulai membangun bisnis online dikarenakan pada masa pandemic banyak toko toko yang tutup dan larangan untuk keluar rumah maka hal ini banyak di manfaatkan mahasiswa untuk memulai bisnis online.

Dalam berbisnis online juga diperlukan media atau platform online yang dapat digunakan dalam penjualan atau yang biasa di sebut dengan marketplace atau e-commerce. Berdasarkan kuesioner sebagian responden memanfaatkan media sosial sebagai platform penjualan seperti Instagram, Facebook, Tiktok, dan Whatsapp di karenakan di zaman ini sebaian besar orang mempunyai media sosial dan sering menggunakannya maka pemanfaatan media sosial sangat berpeluang untuk berbisnis online. Adapun beberapa responden yang memilih marketplace atau e-commerce seperti Shopee,Lazada Dan Tokopedia yang saat ini sebagai tujuan utama sebagian besar orang dalam berbelanja di karenakan fitur fiturnya yang memudahkan penjual dan pembeli dalam bertransaksi, walaupun memang ada beberapa kekurangan yang terdapat pada e-

comerce dan sosial media media menurut para responden seperti penggunaan e-commerce dan sosial media yang menggunakan system internet yang sewaktu waktu bisa down dan pembeli tidak dapat merasakan langsung barang yang di jual . tetapi itu semua tertutup dengan fitur fitur dan kelebihan masing masing platform bisnis online.

Saat ini bisnis online juga di dukung tidak hanya dari platform penjualannya saja terdapat juga jasa antar online yang memudahkan penjual dalam mengirimkan produknya walaupun berbeda wilayah .Berdasarkan hasil kuesioner terdapat beberapa jasa antar barang seperti JNE ,JNT, Anteraja ,dan Shopee Exprees ,beberapa jasa antar barang pun sudah terkoneksi dengan platform penjualan sehingga penjual dapat dengan mudah mengirimkan barangnya dan datang dengan tepat ke tempat pembeli.

Menurut para responden kesulitan yang pernah mereka alami yaitu saat awal memulai bisnis mungkin belum berinovasi sehingga pembeli yang belum seberapa banyak , namun setelah berinovasi produk akan mulai terkenal dan di gemari pembeli dan juga dengan bermodalkan pengetahuan teknologi bisnis berbasis digital bisnis yang di jalani akan sukses dan berkembang pesat

Tantangan saat bebisnis online menurut responden juga beragam seperti banyaknya produk yang sama pada toko lain di dalam satu platform,fasilitas tekonologi yang harus memadai dan masih banyak yang lainnya. Solusinya dari permasalahan tersebut yaitu melakukan inovasi pada produk agar terlihat berbeda dari toko yang lain dan juga melakukan beberapa promosi seperti diskon produk, buy 1 get 1 dan juga memberikan bonus di setiap pembelian .

Pada pengelolaan keuangan dalam bisnis online sebagian besar responden menggunakan sistem pencatatan pertransaksi lalu akan di hitung kembali keuntungan dan modal per minggu atau pun per bulan, hal ini sangat penting karna kita dapat tau pemasukan dan pengeluaran di dalam bisnis dan pengelolaan uang yang baik merupakan kunci agar bisnis menjadi sukses.

KESIMPULAN

Bisnis online merupakan sebuah akses internet untuk aktivitas jual beli. Di zaman digital ini dengan sangat mudah membekal bisnis online karan fasilitas dan prasarana yang memadai , terkusus untuk para mahasiswa aktivitas ini nisa menjadi tambahan pendapatan di sela sela belajar .

Dengan penelitian ini dapat simpimpulkan sebgaiian besar mahasiswa mempunyai bisnis online untuk menambah penghasilannya di sela sela akhtivitas kuliah. Dengan pemilihan produk yang benar dan cocok ,penginovasian produk yang dijual, promosi yang bain dan pengelolaan keuangan yang baik dan juga di dukung dengan penguasaan teknologi masa kini maka dapat mempermudah mahasiswa dalam berbisnis dan memberikan peluang yang besar bagi mahasiswa untuk mnjalankan bisnis online.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penelitian ini. Terutama segenap civitas akademi Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Prof.Dr. HAMKA

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Manha, A. (2020). 5 Pengertian Marketplace Menurut Para Ahli. *Silontong.Com*.
<https://www.mendeley.com/catalogue/477f0ab3-9215-335c-affe-aed5e26c77c7>
- [2] Creativity, fathul H. & J. (2015). *buku pintar bisnis online*. PT. Elex Media komputindo, jakarta.
https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Pintar_Bisnis_Online/L4lKDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=keuntungan+dan+kelemahan+bisnis+online&pg=PA3&printsec=frontcover
- [3] Srii. (2021). *Bisnis E-Commerce Semakin Gurih*. Kominfo.Go.Id.
<https://www.kominfo.go.id/content/detail/32999/bisnis-e-commerce-semakin-gurih/0/artikel>
- [4] Alif Karnadi. (2022). *pengguna internet di indonesia capai 205 juta pada 2022*. Dataindonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-capai-205-juta-pada-2022>
- [5] Humaira, fatiya rumi. (2022). *Pemanfaatan Internet oleh pelaku usaha digital*. Databoks.Katadata.Co.Ic.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/14/pemanfaatan-internet-oleh-pelaku-usaha-digital>
- [6] WIWIT WULANDARI. (2019). *ANALISIS HAMBATAN BISNIS ONLINE DI KALANGAN MAHASISWA*. http://eprints.ums.ac.id/73921/11/naskah_publicasii.pdf
- [7] Tharob, G. F., Mingkid, E., & Papatungan, R. (2017). *ANALISIS HAMBATAN BISNIS ONLINE BAGI MAHASISWA UNSRAT*. *E-Journal* ^
ö]Måv_, Volume VI. <https://media.neliti.com/media/publications/93581-ID-analisis-hambatan-bisnis-online-bagi-mah.pdf>

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN