

BAB 1

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Minat masyarakat Ponorogo terhadap pembelian kendaraan bekas semakin meningkat. Hal ini dibuktikan dengan survey sederhana yang pernah peneliti lakukan beberapa waktu yang lalu. Hasil survey sederhana yang peneliti lakukan menunjukkan 9 dari 10 orang menyatakan lebih tertarik untuk membeli kendaraan bekas. Faktor konsumen membeli kendaraan bekas yaitu selain harganya lebih murah, surat-surat kelengkapannya pun sudah tersedia. Tidak seperti sepeda motor baru yang harus menunggu beberapa minggu hingga surat-surat kelengkapan benar-benar lengkap dan diterbitkan. Kondisi ini menyebabkan pasaran *showroom* kendaraan bekas kian naik yang menawarkan dengan harga dan variasi yang berbeda.

Maraknya *showroom* yang ada di Kabupaten Ponorogo ini tentunya juga berbanding lurus dengan banyaknya makelar kendaraan bekas. Hal tersebut tentunya menimbulkan persaingan antar makelar untuk menarik konsumen. Untuk memenangkan persaingan tentunya para makelar berusaha meningkatkan kinerja serta kualitas faktor internal maupun eksternal seperti mengikuti perkembangan zaman dengan meningkatkan literasi digital dalam berdagang, memperbaiki etos kerja dan memperluas jaringan sosial.

Menurut Aulia N. A. et al., (2021) menjelaskan bahwa “Literasi digital merupakan kemampuan untuk memahami dan menggunakan

informasi dari berbagai sumber digital. Kompetensi literasi digital ini berguna untuk menghadapi ledakan informasi akibat munculnya internet, penggunaan internet pada masyarakat umumnya bervariasi, namun pada remaja internet bukan hanya digunakan untuk mencari informasi akademik melainkan juga untuk membangun relasi melalui situs jejaring sosial”.

Kurniawan A. et al., (2021) juga mengemukakan bahwa “Literasi digital secara umum dipahami sebagai suatu kemampuan untuk menemukan, mengidentifikasi, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi secara efektif, dari berbagai sumber media digital seperti internet, ponsel, video game, televisi, dan media berbasis digital lainnya. Literasi digital juga membutuhkan kemampuan seseorang untuk berpikir kritis, pengetahuan tentang norma perilaku yang diterima dalam interaksi daring, dan pemahaman tentang masalah sosial secara umum yang ditimbulkan oleh teknologi digital”.

Sedangkan menurut Lankshear, C. & Knobel, M. (2015) juga menjelaskan bahwa “Terdapat tiga fitur umum dalam definisi literasi digital diantaranya yang pertama adalah literasi digital terbatas pada kegiatan yang berhubungan dengan informasi. Kedua, literasi digital merupakan suatu kemampuan untuk berinteraksi dengan informasi, dimana seseorang mampu menentukan validitas, keakuratan, dan kebenaran suatu informasi. Ketiga, literasi digital berkaitan sebagian besar dengan kemampuan seseorang dalam menggunakan perangkat TIK dalam berkomunikasi dan menggunakan berbagai informasi”. Dari beberapa sumber pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa literasi digital

adalah kemampuan seseorang dalam menemukan, mengidentifikasi dan memahami segala hal informasi yang bersumber dari media digital atau teknologi digital dan diperlukan sikap berfikir kritis untuk dapat mengolah informasi yang sudah didapat.

Selain itu untuk memenangkan persaingan seorang makelar juga perlu etos kerja. Menurut Saleh A. R. & Utomo H. (2018) menyatakan bahwa “Etos kerja merupakan semua kebiasaan baik meliputi disiplin, jujur, tanggung jawab, tekun, sabar yang berdasar pada etika yang harus dilakukan di tempat kerja. Tanpa memiliki etos kerja seperti yang telah disebutkan diatas, seorang karyawan akan merasa terbebani dengan seluruh tanggung jawab pekerjaan dan dampak buruknya tidak akan mampu meningkatkan produktivitas perusahaan sesuai dengan target yang diinginkan”.

Menurut Nurjaya N. et all., (2021) definisi etos kerja yaitu “Seperangkat perilaku kerja positif yang berakar pada kesadaran yang kental, keyakinan yang fundamental, disertai komitmen yang total pada paradigma kerja yang integral, dalam hal ini dijabarkan dalam 8 (delapan) indikator yakni kerja adalah rahmat, kerja adalah amanah, kerja adalah panggilan, kerja adalah aktualisasi, kerja adalah ibadah, kerja adalah kehormatan dan kerja adalah pelayanan”.

Menurut Hadiansyah A., & Yanwar R. P. (2017) “Etos kerja merupakan pandangan mengenai cara bekerja yang dimiliki seseorang, suatu golongan atau suatu bangsa, berisikan sistem nilai yang menyangkut persepsi individu dalam melaksanakan pekerjaannya”. Sedangkan menurut

Sukardewi (2013) “Etos kerja adalah sikap yang muncul atas kehendak dan kesadaran sendiri yang didasari oleh sistem orientasi nilai budaya terhadap kerja”. Kemudian Yantika, Y., Herlambang, T., & Rozzaid, Y. (2018) juga mengemukakan bahwa “Etos Kerja merupakan fondasi dari sukses yang sejati dan otentik. Pandangan ini dipengaruhi oleh kajiannya terhadap studi-studi sosiologi sejak zaman Max Weber di awal abad ke-20 dan penulisan-penulisan manajemen dua puluh tahun belakangan ini yang semuanya bermuara pada satu kesimpulan utama, bahwa keberhasilan di berbagai wilayah kehidupan ditentukan oleh etos kerja. Sebagian orang menyebut perilaku kerja ini sebagai motivasi, kebiasaan (habit) dan budaya kerja”.

Selain literasi digital dan etos kerja juga terdapat jaringan sosial. Menurut Monica, M., & Widjaja, H. (2019) “Jaringan sosial dan bisnis berpengaruh dalam menjalin hubungan antarindividu maupun antarkelompok. Serta dapat membantu pelaku bisnis menjalin hubungan bisnis yang baik dengan sesama wirausahawan atau rekan bisnis maupun hubungan dengan konsumen”. Sedangkan Granovetter dan Swedberg dalam Monica, M., & Widjaja, H. (2019) menyatakan “Jaringan sosial adalah suatu rangkaian hubungan yang teratur atau hubungan sosial yang sama antara individu-individu atau kelompok-kelompok”.

Selain itu Damsar dalam Amiruddin, S. (2014) juga mengemukakan bahwa “Jaringan sosial merupakan hubungan-hubungan yang tercipta antarbanyak individu dalam suatu kelompok ataupun antar suatu kelompok dengan kelompok lainnya. Hubungan-hubungan yang

terjadi bisa dalam bentuk yang formal maupun bentuk informal”. Jaringan sosial bisa dikatakan sebuah hubungan yang terjadi antara dua subjek baik yang terjadi antar individu dengan individu, kelompok dengan kelompok atau bahkan individu dengan kelompok.

Makelar yang mampu memenangkan persaingan pasar dengan sehat maka dapat dikatakan makelar tersebut memiliki kinerja yang bagus. Dimana kinerja itu sendiri memiliki pengertian yaitu tingkat keberhasilan dalam melaksanakan tugas serta kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja dinyatakan baik dan sukses jika tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan baik. Sedangkan menurut Nursam, N. (2017) “Kinerja adalah kesediaan seseorang atau kelompok orang untuk melakukan sesuatu kegiatan dan menyempurnakannya sesuai dengan tanggung jawabnya dengan hasil seperti yang diharapkan”.

Berkaitan dengan uraian di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja makelar, khususnya makelar yang berada di wilayah Kabupaten Ponorogo. Dalam penelitian ini dipilih variabel literasi digital, etos kerja dan jaringan sosial sebagai fokus penelitian. Penelitian difokuskan pada tiga variabel tersebut karena diduga variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap kinerja makelar. Maka dari itu peneliti mengambil judul “Pengaruh Literasi Digital, Etos Kerja Dan Jaringan Sosial Terhadap Kinerja Makelar Di Ponorogo”.

2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas maka rumusan masalah yang diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Apakah literasi digital berpengaruh terhadap kinerja kerja makelar di Ponorogo ?
2. Apakah etos kerja berpengaruh terhadap kinerja kerja makelar di Ponorogo ?
3. Apakah jaringan sosial berpengaruh terhadap kinerja kerja makelar di Ponorogo ?
4. Apakah literasi digital, etos kerja dan jaringan sosial berpengaruh terhadap kinerja makelar di Ponorogo

3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh literasi digital terhadap kinerja makelar di Ponorogo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh etos kerja terhadap kinerja makelar di Ponorogo.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh jaringan sosial terhadap kinerja makelar di Ponorogo.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh literasi digital, etos kerja dan jaringan sosial terhadap kinerja makelar di Ponorogo.

4. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

- a. Bagi Penulis

Sebagai bentuk penerapan pengetahuan yang diperoleh selama menempuh pendidikan jurusan manajemen konsentrasi kewirausahaan fakultas ekonomi di Universitas Muhammaadiyah Ponorogo serta menambah wawasan penulis terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja makelar di Ponorogo.

b. Bagi Makelar

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi dasar pengetahuan kinerja makelar khususnya makelar yang berada di wilayah Ponorogo sehingga mampu digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan wawasan serta motivasi bagi makelar dalam meningkatkan dan mempertahankan kinerjanya.

c. Bagi Civitas Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi penambah daftar referensi literatur dipergustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai kinerja makelar.