

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keluarga merupakan bagian terkecil dari masyarakat yang terdiri dari kepala keluarga dan beberapa orang yang berkumpul dan tinggal dalam suatu tempat dibawah satu atap dengan keadaan saling bergantung (Kementrian Kesehatan Republik Indonesia dalam Wiratri, 2018). Keluarga umumnya terdiri dari ayah, ibu serta anak-anaknya. Masing – masing anggota dalam suatu keluarga memiliki hak dan kewajibannya sendiri. Misalnya, ayah memiliki tanggung jawab untuk menafkahi anggota keluarganya. Sedangkan, ibu bertanggungjawab dalam ranah domestik untuk mengurus operasional rumah tangga dan keperluan anak-anaknya. Dinamika sosial yang terjadi dimasyarakat menunjukkan konsep yang berbeda. Tuntutan ekonomi dan zaman menyebabkan pergesaran dan kesetaraan peran dalam keluarga dimana ibu rumah tangga dapat melakukan peran dirumah sekaligus melakukan peran ganda dengan terjun dalam dunia kerja untuk keperluan pribadi dan keluarga.

Badan Pusat Statistik (BPS) berdasarkan Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) mencatat presentase tenaga kerja formal di Indonesia pada tahun 2020 berdasarkan dari kriteria jenis kelamin untuk tenaga kerja laki-laki 42,71% dan perempuan sebesar 34,65%. Jumlah tersebut mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun 2019 yakni laki-laki 47,19% dan perempuan 39,19%, sedangkan tahun 2018 yakni laki-laki 46,10% dan perempuan 38,10%. Persentase laki-laki sebagai tenaga kerja formal selama tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 lebih

banyak dibandingkan dengan presentase perempuan sebagai tenaga kerja formal. Fenomena ibu rumah tangga bekerja sudah umum terjadi dimasyarakat modern seperti sekarang ini. Hal ini merepresentasikan kenyataan bahwa ibu rumah tangga tetap memegang sepenuhnya wewenang dalam melakukan segala perbuatan untuk mencapai ekonomi keluarga yang sejahtera dan berkecukupan. Salah satu tren masyarakat saat ini adalah melakukan kegiatan usaha baik secara mandiri maupun kelompok.

Kemandirian menjadi salah satu tujuan seseorang dalam melakukan kegiatan wirausaha. Karabulut (dalam Setiabudi, 2019) mengatakan bahwa harapan niat berwirausaha bergantung pada visi, mimpi, kecintaan terhadap kegiatan berwirausaha, pengembangan rencana bisnis, akuisisi sumber daya dan perilaku yang terkoordinasi oleh tujuan. Oleh karenanya, minat berwirausaha menjadi sarana ibu rumah tangga untuk memperoleh pendapatan yang digunakan untuk keperluan pribadi dan keluarga. Usaha *online shop* menjadi kegiatan wirausaha yang dapat dijalankan masyarakat. Pesatnya perkembangan bisnis *online* mempermudah masyarakat untuk melakukan kegiatan berwirausaha tersebut. *Online shop* atau toko *online* merupakan lokasi terjadinya aktivitas jual beli barang atau jasa.

Internet memberikan imbas dalam kehidupan masyarakat khususnya di Indonesia. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang sudah mengumumkan hasil survei Data Statistik Pengguna Internet Indonesia tahun 2019-2020 (Q2) bisa diketahui jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019-2020 (Q2) sebesar 196,71 juta user atau sekitar 73,7% dari total penduduk Indonesia sebesar 266,91 juta jiwa. Jumlah ini mengalami kenaikan

sebanyak 25,54 juta atau 8,9% apabila dibandingkan dengan jumlah pengguna internet Indonesia pada tahun 2018 sebesar 171,17 juta user (APJII, 2020). Masyarakat saat ini telah disajikan dengan teknologi yang bersifat efektif dan efisien. Pengaplikasian bisnis *online shop* ditunjang dengan media teknologi digital seperti *smartphone* dan *computer* yang telah terhubung menggunakan jaringan internet. Penjual dan pembeli pada saat ini tidak perlu harus bertatap muka secara dekat dan pribadi untuk menyelesaikan proses penjualan dan pembelian. Menurut Arifin, (2015) bahwa *facebook* tidak cuma memiliki peran sebagai sarana promosi dalam pengembangan industri kreatif namun juga menjadi sarana komunikasi bagi calon konsumen. Menggunakan suatu aplikasi dengan bijak akan memberikan dampak positif bagi penggunanya. Hal demikian merupakan kemudahan yang didapatkan dari adanya kegiatan jual beli pada *marketplace* dan *e-commerce*.

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung Bulanan 10 Situs E-Commerce di Indonesia pada
Kuartal IV Tahun 2020

No	E-Commerce	Pengunjung
1	Shopee	129.320.800
2	Tokopedia	114.655.600
3	Bukalapak	38.583.100
4	Lazada	36.260.600
5	Blibli	22.413.100
6	Orami	6.186.200
7	Bhinneka	4.442.600
8	Ralali	4.331.400
9	JD.ID	4.163.100
10	Sociolla	3.086.500

Sumber : Survei IPrice, 202

Berdasarkan tabel 1.1 bahwa pada urutan pertama jumlah pengunjung bulanan situs *e-commerce* di Indonesia pada kuartal IV/2020 yaitu Shopee

dengan rata-rata kunjungan sebesar 129,3 juta. Sedangkan Tokopedia pada urutan kedua dengan 114,67 juta rata-rata kunjungan situs perbulan serta Bukalapak dengan rata-rata kunjungan bulanan sebesar 38,58 juta, Lazada sebesar 36,26 juta, Blibli sebesar 22,41 juta, Orami sebesar 6,19 juta, Bhinneka sebesar 4,44 juta, Ralali sebesar 4,33 juta, JD.ID sebesar 4,16 juta dan Sociolla sebesar 3,08 juta pada kuartal IV/2020. Angka tersebut menjadi pendukung seseorang untuk melakukan kegiatan jual beli *online* karena ketersediaan sarana berupa *e-commerce* di bidang jasa untuk jual beli yang banyak dikunjungi.

Menurut Situmeang, (2018) perkembangan ilmu pengetahuan akan menentukan perubahan peradaban manusia, karena keberadaan manusia akan terus bergerak dan berkembang. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi memberikan dorongan kepada manusia untuk dapat melakukan langkah strategis untuk memanfaatkan hal tersebut guna mencapai taraf hidup yang diinginkan. Potensi yang terdapat pada ibu rumah tangga dapat dimanfaatkan untuk mendukung ekonomi keluarga (Masithoh dan Kusumawati, 2016). Hal ini digunakan sebagai acuan dalam mendapatkan pendapatan dan pemasukan untuk finansial dari melakukan kegiatan beriwrausaha untuk mengembangkan potensi yang dimiliki.

Dukungan internal dalam suatu keluarga diwujudkan untuk menunjang dalam memperoleh hasil yang diinginkan. Periera, Mashabi, dan Muhariati (2017) mengungkapkan bahwa dukungan keluarga bisa diperoleh menggunakan cara emosional, memberikan beragam informasi yang berharga sehingga bisa digunakan, memberikan penghargaan dan dukungan berupa bantuan instrumental atau uang. Dukungan keluarga diberikan terhadap anggota keluarga yang

berencana untuk memberikan perasaan dihargai, dicintai dan membuat seseorang berkeinginan perlu untuk maju. Dukungan keluarga dapat menentukan tingkatan individu atau seseorang dalam berwirausaha (Periera, Mashabi, dan Muhariati, 2017). Memiliki keluarga yang mendukung setiap kegiatan yang dilakukan menjadi semangat tersendiri bagi seseorang untuk mencapai tujuannya.

Pengalaman usaha memberikan pemahaman bagi ibu rumah tangga dalam menjalankan suatu kegiatan ekonomi. Lamanya seseorang dalam menekuni kegiatan bisnis atau usaha dapat mempengaruhi kemampuan dan keahliannya dalam menjalankan usaha sehingga menimbulkan dampak pada tingkat pendapatannya. Sedangkan Sunaryanto (dalam Priyandika, 2015) mengungkapkan bahwa lamanya seseorang pedagang menekuni suatu usaha (bisnis), maka wawasannya akan semakin meningkat dan selanjutnya akan mempengaruhi tingkat pendapatannya.

Motivasi didefinisikan sebagai harapan, dorongan, keinginan, kebutuhan, tujuan, sasaran, dan lain-lainnya (Khadijah, Rejeki, Sukaesih, dan Anwar, 2016). Faktor internal berupa minat dan motivasi berpengaruh terhadap keputusan wanita berwirausaha (Pristiana, Kusumaningtyas, dan Mujanah, 2009). Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Andayanti, dan Harie, (2020) menemukan bahwa motivasi wirausaha berdampak signifikan terhadap keinginan berwirausaha mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis tertarik melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh Dukungan Keluarga, Pengalaman Usaha dan Motivasi Berwirausaha melalui Usaha *Online Shop***

terhadap Pendapatan Keluarga (Studi Empiris: Ibu Rumah Tangga Pengguna Aplikasi *Facebook* di Kabupaten Ponorogo)”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan dalam uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh dukungan keluarga terhadap pendapatan keluarga melalui usaha *online shop*?
2. Bagaimana pengaruh pengalaman usaha terhadap pendapatan keluarga melalui usaha *online shop*?
3. Bagaimana pengaruh motivasi berwirausaha terhadap pendapatan keluarga melalui usaha *online shop*?
4. Bagaimana pengaruh dukungan keluarga terhadap pendapatan keluarga?
5. Bagaimana pengaruh pengalaman usaha terhadap pendapatan keluarga?
6. Bagaimana pengaruh motivasi berwirausaha terhadap pendapatan keluarga?
7. Bagaimana pengaruh usaha *online shop* terhadap pendapatan keluarga?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan dalam perumusan masalah, maka tujuan penelitian bisa diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh dukungan keluarga terhadap pendapatan keluarga melalui usaha *online shop*.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman usaha terhadap pendapatan keluarga melalui usaha *online shop*.

3. Untuk mengetahui pengaruh motivasi berwirausaha terhadap pendapatan keluarga usaha *online shop*.
4. Untuk mengetahui pengaruh dukungan keluarga terhadap pendapatan keluarga.
5. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman usaha terhadap pendapatan keluarga.
6. Untuk mengetahui pengaruh motivasi berwirausaha terhadap pendapatan keluarga.
7. Untuk mengetahui pengaruh usaha *online shop* terhadap pendapatan keluarga.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritik

Berdasarkan pada hasil penelitian diharapkan bisa memberikan kontribusi bagi pengembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan, sekaligus menjadi referensi bagi peneliti yang tertarik dalam bidang ini untuk melakukan penelitian selanjutnya yang lebih spesifik.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Menjadi sarana guna meningkatkan wawasan penelitian, khususnya yang terkait menggunakan bidang kajian, termasuk pada penelitian tentang pengaruh ibu rumah tangga dalam kegiatan berwirausaha dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Penelitian ini adalah salah satu syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) pada Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

b. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan untuk pembuat kebijakan seperti pemerintah pusat dan pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan yang ada kaitannya terhadap kewirausahaan dan usaha mikro.

c. Bagi Masyarakat

Sebagai sumber informasi dan memberikan wawasan bagi pelaku usaha terutama ibu rumah tangga agar bisa mengetahui faktor yang mendorong dan memberdayakan kegiatan wirausaha. Sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berwirausaha dan mensukseskan usaha masyarakat.

