

Analisis Tingkat Pemahaman Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo terhadap Bisnis Digital di Era Modern

Risdayanti*, Nurmala, Mutia Nurfadila Aris, Putri, Lita Sriyanti, Suraidah Sarbia
Universitas Muhammadiyah Palopo, Palopo, Indonesia

Informasi Artikel

Riwayat:

Diterima : 9 Desember 2024
Direvisi : 17 Desember 2024
Disetujui : 22 Januari 2025

Kata Kunci:

Bisnis Digital;
Pemahaman Mahasiswa;
Teknologi Informasi.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat pemahaman mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo mengenai tren bisnis digital modern. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah dinamika bisnis global, menjadikan bisnis digital sebagai salah satu pilar perekonomian terpenting. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif naratif dengan menggunakan wawancara mendalam sebagai metode pengumpulan datanya. Responden terdiri dari mahasiswa dari berbagai program studi yang dipilih melalui *purposive sampling* untuk mengeksplorasi berbagai perspektif terkait kewirausahaan digital. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar siswa memiliki pengetahuan dasar yang baik tentang konsep bisnis digital seperti *e-commerce* dan pemasaran digital. Namun kendala utama dalam menerapkan ilmu ini adalah terbatasnya fasilitas kampus dan kurangnya pengalaman praktis. Penting untuk mengintegrasikan kurikulum terkait perusahaan digital dan memberikan pelatihan khusus untuk meningkatkan kesiapan siswa menghadapi tantangan era digital. Penelitian ini akan berkontribusi pada pengembangan kebijakan pendidikan yang dapat lebih efektif mempersiapkan siswa memasuki pasar tenaga kerja digital.

Hak cipta ©2025 Penulis
Artikel ini diterbitkan oleh Universitas Bumigora di bawah lisensi [CC BY-SA](#).

*Penulis Korespondensi

Tel. : -
E-mail : risdayanti464643@gmail.com

How to Cite:

Risdayanti, R., Nurmala, N., Aris, M. N., Putri, P., Sriyanti, L., & Sarbia, S. (2025). Analisis Tingkat Pemahaman Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo terhadap Bisnis Digital di Era Modern. *INCOME: Digital Business Journal*, 3(1), 11-16.

1. PENDAHULUAN

Penelitian ini berfokus bagaimana mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo memahami bisnis digital di zaman sekarang. kemajuan dalam bidang informasi dan komunikasi telah mengubah cara bisnis beroperasi, memungkinkan interaksi yang lebih cepat dan efisien antara pelanggan dan produsen. Banyak perusahaan beralih dari model tradisional ke model digital untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional, dan bisnis digital kini menjadi salah satu pilar utama dalam perekonomian global (Ardiansyah et al., 2023). Sebagai generasi muda dan calon profesional, diharapkan mahasiswa memahami konsep bisnis digital, termasuk peluang dan hambatan untuk menerapkannya (Devananta, 2021).

Meningkatnya akses internet dan penggunaan perangkat *mobile* di Indonesia telah menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan bisnis digital. Meskipun ada potensi besar, banyak siswa yang tidak memahami elemen penting bisnis digital seperti pemasaran *online*, *e-commerce*, dan keamanan siber. Akibatnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa memahami mahasiswa bisnis digital dan faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman mereka (Tiago & Veríssimo, 2014).

Studi sebelumnya menunjukkan bahwa pemahaman siswa tentang bisnis digital berbeda-beda tergantung pada pendidikan dan pengalaman mereka. Misalnya, penelitian oleh Tiago dan Veríssimo (2014) menemukan bahwa siswa yang mengikuti kursus pemasaran digital memiliki pemahaman yang lebih baik daripada siswa yang tidak mengikuti kursus tersebut. Selain itu, Opreana dan Vinerean (2015) menekankan bahwa memasukkan praktik bisnis digital ke dalam kurikulum pendidikan tinggi sangat penting untuk mempersiapkan siswa untuk menghadapi tantangan di dunia kerja.

Penelitian ini penting karena menunjukkan seberapa banyak mahasiswa memahami bisnis digital, yang merupakan komponen penting dalam era modern saat ini. Dengan meningkatnya adopsi teknologi dalam dunia bisnis, memahami konsep-konsep digital dapat membantu siswa mempersiapkan diri untuk memasuki pasar kerja yang semakin kompetitif. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar untuk menciptakan kurikulum pendidikan yang lebih sesuai dengan kebutuhan industri.

Data survei dari penelitian ini menunjukkan bahwa di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo, meskipun sebagian besar memiliki akses ke internet dan perangkat digital, banyak dari mereka merasa kurang percaya diri dalam menerapkan pengetahuan mereka tentang bisnis digital. Hal ini menunjukkan bahwa intervensi pendidikan diperlukan untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang bisnis digital. Ada kesenjangan antara pengetahuan mahasiswa tentang bisnis digital dan bagaimana teknologi dapat diakses, yang merupakan fenomena yang terjadi. Meskipun mereka terhubung ke berbagai platform digital, kurangnya instruksi formal tentang teknik pemasaran online dan keamanan siber dapat menyebabkan kesulitan menerapkan pengetahuan ini dalam kehidupan nyata.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman bisnis digital di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi strategis yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pendidikan bisnis digital agar mahasiswa dapat lebih percaya diri dan kompeten memanfaatkan peluang era digital.

Penelitian terdahulu menurut Mukhsin (2020) yaitu mempelajari peran teknologi informasi dalam publikasi di era globalisasi. Adapun penelitian lain (Murti et al., 2021) yaitu mempelajari pemanfaatan teknologi informasi dan manajemen perubahan dalam mendukung bisnis (Firdaus, 2023).

Penelitian ini menggunakan teori modal sosial yang berkaitan dengan jaringan dan hubungan sosial individu. Mahasiswa yang memiliki jaringan sosial yang luas dan kuat mungkin memiliki akses yang lebih baik ke informasi, sumber daya, dan dukungan yang diperlukan untuk memulai dan mengembangkan bisnis mereka. Selain itu, modal budaya didefinisikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan pendidikan yang dimiliki oleh siswa dalam proses membuat produk dan menemukan peluang. Selain itu, ide arena atau lapangan adalah tempat di mana berbagai jenis modal bekerja sama (Hisyam et al., 2024).

Bourdieu membagi modal menjadi empat kategori: ekonomi, sosial, budaya, dan simbolik.

Pertama, modal ekonomi adalah kekayaan material, seperti harta benda dan uang, yang memengaruhi posisi seseorang dalam kehidupan sosial. Kedua, modal sosial merujuk pada hubungan yang dimiliki seseorang dengan jaringan sosialnya, yang juga memengaruhi posisi sosialnya. Semakin banyak jaringan sosial dan persamaan pandangan yang dimiliki seseorang, semakin kaya modal sosialnya. Bourdieu menganggap modal sosial sebagai aset dan alat untuk mempertahankan keunggulan orang-orang yang memiliki posisi tertentu. Menurut Field (2003), jaringan ini mendorong kerja sama dan memberikan manfaat timbal balik, yang membantu orang meningkatkan kualitas hidup mereka (Hisyam et al., 2024).

Kebaharuan penelitian ini terletak pada fokusnya kegiatan bisnis di era modern, Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana teknologi informasi dan Keberhasilan bisnis di era globalisasi bergantung pada manajemen perubahan (Firdaus, 2023). Bisnis modern menggunakan banyak sistem komunikasi pemasaran yang kompleks (Rusmini, 2013).

Mahasiswa di era sekarang kebanyakan menggunakan media sosial dengan berbagai tujuan. Dalam konteks kemajuan zaman, media sosial didefinisikan sebagai sekelompok aplikasi berbasis interkoneksi yang dibangun atas ideologi teknologi web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten oleh pengguna. Dengan demikian, media sosial diklasifikasikan sebagai media berbasis kecanggihan teknologi yang mencakup berbagai bentuk seperti majalah, blog sosial, gambar, forum internet (Abdad, 2022).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, peneliti mengumpulkan data melalui wawancara mendalam kepada mahasiswa dari berbagai program studi di Universitas Muhammadiyah Palopo. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai pandangan dan pengalaman mahasiswa. Berikut ini adalah penjelasan rinci tentang teknik penelitian yang digunakan:

2.1. Metode Pengumpulan Data

Sumber utama penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui wawancara langsung. Wawancara ini dilakukan dengan menggunakan pertanyaan terstruktur yang bertujuan untuk mengeksplorasi pemahaman, perspektif, dan pengalaman mahasiswa terkait bisnis digital di era kontemporer.

2.2. Teknik Analisis Data

Data dievaluasi menggunakan metode deskriptif kualitatif. Setelah itu, data diolah untuk menggambarkan perspektif umum dan perspektif mahasiswa. Jawaban dikategorikan berdasarkan topik yang relevan, seperti pemahaman mahasiswa tentang konsep bisnis digital, tren terbaru, tantangan, dan peran bisnis digital dalam karir masa depan.

2.3. Populasi dan Sampel atau Responden

Studi ini melibatkan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo. Tujuan dari pemilihan purposive sampling adalah untuk mengumpulkan perspektif yang beragam tentang bisnis digital. Responden berasal dari berbagai program studi seperti Pendidikan Jasmani, Manajemen, Farmasi, Bimbingan dan Konseling, dan Bisnis Digital.

2.4. Definisi Variabel dan Pengukuran Variable

Definisi dan Pengukuran Variabel: Variabel utama dalam penelitian ini adalah pengetahuan mahasiswa tentang bisnis digital. Pemahaman ini diukur dengan beberapa metrik:

1. Pemahaman konsep bisnis digital: termasuk *e-commerce*, *fintech*, pemasaran digital, dan teknologi *blockchain*.
2. Pandangan tentang tren bisnis digital: mencakup pengenalan tren kontemporer seperti *e-commerce*, penggunaan AI, dan *blockchain*.

3. Kesiapan menghadapi dunia bisnis digital: ditinjau dari pengalaman siswa, kendala teknologi, dan keterampilan.

2.5. Alat Analisis Data

Karena penelitian ini bersifat kualitatif, teknik tematik digunakan untuk menganalisis data. Tujuan dari teknik ini adalah untuk menemukan, menganalisis, dan melaporkan pola atau tema yang ditemukan dalam data wawancara. Untuk menghasilkan kesimpulan yang konsisten, data diklasifikasikan berdasarkan tema-tema utama yang ditemukan dalam jawaban responden.

Metode ini dimaksudkan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang cara mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo melihat dan mempersiapkan diri untuk peluang dan kesulitan bisnis digital di era saat ini.

3. HASIL PENELITIAN

3.1. Hasil Wawancara

Sebagian besar mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo memahami bahwa bisnis digital adalah kegiatan ekonomi yang menggunakan teknologi dan internet untuk memasarkan, mendistribusikan, dan menjual barang dan jasa. Kami juga memahami bahwa bisnis digital berkembang sangat pesat berkat teknologi seperti *Blockchain*.

Minat siswa terhadap bisnis digital didorong oleh beragam peluang, pekerjaan yang fleksibel. Tren yang paling sering disebutkan oleh para informan antara lain *e-commerce*, *fintech*, dan *social commerce*, dan penggunaan *blockchain* untuk keamanan transaksi. Namun, banyak siswa yang kurang memiliki pemahaman teknis yang mendalam dan hanya memahami konsep-konsep tersebut secara umum.

Wawancara mendalam terhadap 17 informan, termasuk mahasiswa dari berbagai program studi, mengungkapkan bahwa kendala utama dalam memahami bisnis digital adalah kurangnya pengalaman praktis, terbatasnya fasilitas kampus, dan teknologi yang serba cepat. Informan mengatakan, umumnya mereka memperoleh informasi melalui media sosial, buku, seminar, dan pembelajaran di kelas. Namun, kami merekomendasikan pelatihan praktis, alat teknis yang lebih canggih, dan kursus yang dapat diterapkan untuk pemahaman komprehensif tentang bisnis digital.

Analisis data wawancara dilakukan dengan pendekatan tematik, yaitu data hasil transkrip wawancara dianalisis untuk mengidentifikasi tema-tema kunci yang muncul. Topik-topik tersebut meliputi pemahaman umum tentang bisnis digital, tren menarik, hambatan pembelajaran, dan rekomendasi pengembangan pendidikan bisnis digital. "Hasil ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kebutuhan dan tantangan siswa dalam mengembangkan keterampilan bisnis digital.

3.2. Pembahasan

Hasil wawancara mengungkapkan bahwa mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo memiliki minat yang besar terhadap bisnis digital. Namun, masih ada kebutuhan untuk meningkatkan daya saing di dunia maya. Banyak siswa yang memiliki pengetahuan dasar yang baik tentang konsep-konsep seperti *e-commerce* dan pemasaran digital, namun mengalami kesulitan dalam menerapkan konsep-konsep tersebut secara teknis.

Kampus dinilai memiliki fasilitas pendukung yang memadai, namun masih perlu perbaikan. Peluang yang ditawarkan meliputi pelatihan langsung, akses ke perangkat lunak terbaru, dan penyediaan laboratorium komputer khusus untuk simulasi bisnis digital. Selain itu, siswa menekankan pentingnya memasukkan mata kuliah yang berkaitan dengan bisnis digital ke dalam kurikulum dan meminta pakar industri memberikan wawasan praktis.

Penelitian ini didasarkan pada data wawancara mendalam yang menunjukkan persepsi dan kebutuhan mahasiswa dalam menghadapi tantangan bisnis digital. Temuan tersebut memberikan gambaran nyata mengenai kendala yang dihadapi mahasiswa saat mengintegrasikan teori dan praktik

teknis, khususnya di bidang bisnis digital.

Dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang terutama berfokus pada dampak teknologi terhadap perkembangan bisnis digital secara umum, penelitian ini berfokus pada perspektif dan kebutuhan mahasiswa dalam konteks pendidikan tinggi. Oleh karena itu, penelitian ini melengkapi literatur sebelumnya dengan memberikan perspektif baru tentang pentingnya kolaborasi kampus-industri dalam menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik. Secara keseluruhan, wawancara ini menyoroti pentingnya mengajarkan keterampilan teknis terkait tren bisnis digital seperti *fintech*, AI, dan *blockchain* untuk mempersiapkan siswa menghadapi tantangan era digital.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo terhadap bisnis digital dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas pendidikan di bidang tersebut. Permasalahan utama yang teridentifikasi adalah terbatasnya fasilitas dalam kampus dan kurangnya pengalaman praktik bagi mahasiswa. Meskipun siswa memiliki pemahaman dasar yang baik tentang konsep bisnis digital seperti *e-commerce* dan pemasaran digital, namun mereka merasa kesulitan untuk menerapkan konsep tersebut secara teknis. Studi ini menyoroti pentingnya mengintegrasikan kurikulum yang lebih aplikatif, pelatihan praktis, dan dukungan teknologi untuk membantu mempersiapkan siswa menghadapi tantangan modern. Kajian ini membantu untuk mendapatkan wawasan baru mengenai kebutuhan mahasiswa ketika memahami dan menerapkan bisnis digital. Perspektif mahasiswa yang menjadi pokok bahasan utama penelitian ini bersifat unik dan mengisi kesenjangan dalam literatur sebelumnya yang sering kali berfokus pada dampak teknologi secara umum. Kajian ini juga menyoroti pentingnya pendekatan pendidikan yang tidak hanya menekankan pada teori namun juga pengalaman praktis terkait dunia kerja. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pemahaman siswa secara lebih mendalam dan komprehensif. Selain itu, diperlukan lebih banyak responden untuk meningkatkan kemampuan generalisasi hasil. Selain itu, penelitian di masa depan dapat secara khusus menyelidiki dampak ketersediaan fasilitas teknologi di kampus terhadap kemampuan mahasiswa untuk memahami dan menerapkan bisnis digital. Penelitian komparatif di kalangan mahasiswa dari berbagai universitas dapat memberikan wawasan lebih jauh mengenai perbedaan kebutuhan dan kendala yang mereka hadapi. Penelitian lebih lanjut juga dapat mengeksplorasi efektivitas program pelatihan dan dukungan teknologi untuk membantu siswa meningkatkan keterampilan bisnis digital mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdad, M. Y. (2022). Demonstrasi Jaringan: Strategi Alternatif Penyampaian Aspirasi Masyarakat Millennial di Era Transformasi Digital. *Jurnal Dialektika: Jurnal Ilmu Sosial*, 20(1), 33–48. <https://doi.org/10.54783/dialektika.v20i1.30>
- Ardiansyah, L. Y., Darusalam, D., & Febriana, W. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Perkembangan Usaha: Studi Kasus Pada UMKM di Praya Kabupaten Lombok Tengah. *Income : Digital Business Journal*, 1(1), 59–66. <https://doi.org/10.30812/income.v1i1.2659>
- Devananta, A. (2021). Implikasi Cybercrime Pada Bisnis Digital di Indonesia. *Jurnal Litbang Polri*, 24(3), 139–146. <https://doi.org/10.46976/.v24i3.157>
- Field, J. (2003). *Social Capital*. Psychology Press.
- Firdaus, T. I. (2023). Representation of the Hedonism of the Main Character in Kevin Kwan's Chinese Novel Rich Girlfriend. *Syntax Idea*, 5(7), 747–758. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i7.2416>

- Hisyam, C. J., Maharani, A. I., Istiharoh, I., & Putri, P. A. (2024). Analisis Peluang Wirausaha Mahasiswa di Tengah Perkembangan Ekonomi Era Digital. *Journal of Creative Student Research*, 2(3), 116–134. <https://doi.org/10.55606/jcsr-politama.v2i3.3843>
- Mukhsin, M. (2020). Peranan Teknologi Informasi dan Komunikasi Menerapkan Sistem Informasi Desa Dalam Publikasi Informasi Desa di Era Globalisasi. *TEKNOKOM*, 3(1), 7–15. <https://doi.org/10.31943/teknokom.v3i1.43>
- Murti, H. T., Puspita, V., & Ratih, P. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Manajemen Perubahan Organisasi dalam Mendukung Bisnis Berkelanjutan Pasca Covid-19 pada UMKM di Kota Bengkulu. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital*, 1(1), 33–41. <https://doi.org/10.35912/jbpd.v1i1.450>
- Opreana, A., & Vinerean, S. (2015). A New Development in Online Marketing: Introducing Digital Inbound Marketing. *Expert Journal of Marketing*, 3(1), 29–34. <https://marketing.expertjournals.com/23446773-305/>
- Rusmini, R. (2013). Strategi Promosi sebagai Dasar Peningkatan Respons Konsumen. *Ragam*, 13(1), 73–79. <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/ragam/article/view/469>
- Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother? *Business Horizons*, 57(6), 703–708. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.002>