

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

YukBisnis.com adalah sebuah portal web untuk berbisnis dan berkomunitas. Tujuan dari Yukbisnis.com adalah membuat bisnis berkembang lebih cepat dan membuat jaringan bisnis meluas. Yukbisnis.com merupakan Portal komunitas bisnis terbesar di Indonesia yang memadukan antara *Social Network*, *Community* dan juga *Marketplace*. Portal web, artinya sebuah gerbang di dunia maya, yang di dalamnya terdapat sebuah dunia bisnis (usaha atau perdagangan) dengan komunitas masyarakatnya yang terdiri dari para penjual, pembeli, perantara, pengamat, dan lain sebagainya. Berbisnis, artinya melakukan transaksi bisnis (menjual, membeli, memperantarai, dan lain sebagainya) dari produk atau jasa yang dipasarkan di portal web ini. Berkomunitas, artinya melakukan komunikasi & interaksi bisnis, antara lain berkomunikasi satu sama lain dalam fitur *chat*, bernegosiasi, berdiskusi, berbagi informasi, berbagi peluang, berbagi pengalaman dan lain sebagainya.

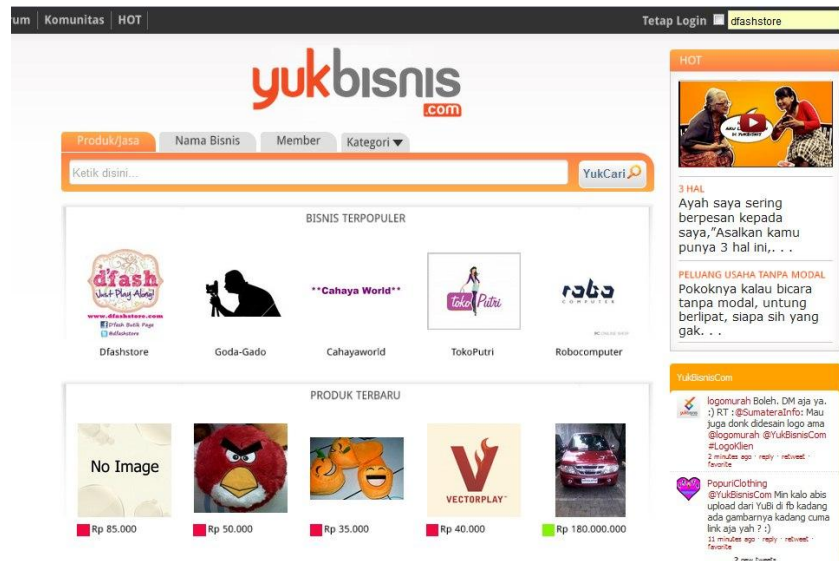


Gambar 1.1
Logo Yukbisnis

Sumber : www.yukbisnis.com diakses 8 Agustus 2012

Yukbisnis didirikan oleh penulis buku *The Power of Kepepet*, Jaya Setiabudi yang menyadari bahwa internet telah membuat bisnis online berkembang sangat pesat dan tak heran siapa pun kini bisa menggeluti bisnis di jalur ini. Melalui situs www.yukbisnis.com, portal web yang berbasis komunitas ini mengumpulkan para penjual dan pembeli dalam satu atap. Mereka yang ingin menjual bisa “menggelar” dagangan mereka kepada para pembeli atau pengunjung *online mall* ini. Sebetulnya Yukbisnis.com ini merupakan proyek yang dilakukan oleh Jaya Setiabudi sejak 3 tahun yang lalu, hanya saja baru berfungsi pada April tahun 2012. Pada tanggal 6 Juni 2010 sempat *launching*, tapi ternyata proyek tersebut tidak berfungsi sesuai rencana, akhirnya ditutup dan mengganti tim programmer lagi. Di tangan tim programmer kedua & ketiga, masih belum menunjukkan hasil. Yang membuat Yukbisnis.com sukar untuk dibuat adalah *simplicity* yaitu kesederhanaan dari sebuah portal web baik dalam segi tampilan ataupun navigasi. Kebanyakan *programmer* berfikir hal yang mudah bagi alur program mereka, hingga merumitkan *user* atau pengguna. Kerumitan ini merupakan kasus yang dialami oleh Jaya Setiabudi sendiri dan banyak masyarakat yang sebagai orang awam pada saat masuk ke online mall, mulai dari cari produk, hingga pada saat membuka akun Padahal banyak sekali

orang yg ingin mempunyai *online shop* tanpa ribet dan praktis. Jika kita mendaftar ke *online mall* dan ingin membuka toko disana jarang ada yang menawarkan 1 kali buka maka langsung bisa mengisi estalase. Belum lagi pada bagian halaman depan yang penuh dengan iklan. Bahkan sampai ada sebuah toko online yang memasang iklan toko orang lain. Belajar dari *simplicity* yang diterapkan oleh Google, Jaya Setiabudi bertekad membuka *online mall* gratis yang simple, praktis dan aman. Web yukbisnis.com dibuat sangat sederhana, tinggal klik 'YukBukaToko', isi *form*, *upload* logo toko, *enter*, dan jadilah toko *online* yang kita inginkan, kemudian *upload* foto2 produk yang kita miliki.



Gambar 1.2
Halaman Depan Yukbisnis.com
 Sumber : www.yukbisnis.com, diakses 08 Agustus 2012

Yukbisnis.com bukan merupakan forum jual beli, portal web ini merupakan kumpulan dari toko yg berisi barang2 atau katalog produk dagangan anda. Bedanya lagi Yukbisnis.com dengan *online mall* lain adalah *Fully 2.0*, ini merupakan program yang membuat Yukbisnis.com sangat terhubung dengan sosial media, dan ini bisa digunakan untuk melakukan promo atau *networking*.

Fitur-fitur andalan yang terdapat dalam Yukbisnis:

Yuk Update: Fitur ini mengijinkan *user* atau *reseller* untuk mendapatkan info produk terbaru tiap kali *upload*. Fitur ini memberikan kemudahan dan kenyamanan dari sisi pembeli & penjual.

Fitur Hot: Fitur ini berisi tips-tips bisnis yang *update* tiap harinya dan gratis, contohnya seperti cara mendesain *banner*, aplikasi *SEO* (*Search Engine Optimizer*) untuk meningkatkan *website traffic*, dll

Domain pribadi: Jika kita membuka toko di Yukbisnis.com maka akan mendapatkan nama domain pribadi berupa <http://nama.yukbisnis.com> misalnya toko milik penulis yaitu <http://dfashstore.yukbisnis.com>. Kecuali jika kita memiliki merek dagang itu secara legal, maka nama itu akan aman.

BlogYubi : merupakan blog yang disediakan oleh tim yukbisnis.com sehingga para *member* bisa membuat blog pribadinya secara mudah. Blog Yubi bisa berisi catatan harian pribadi, tips-tips mengenai hal-hal mengenai bisnis dari para *member*, hingga motivasi-motivasi yang mengutip kata-kata mutiara, puisi, cerita inspirasi, atau hal-hal kecil yang membuat perbedaan besar. Blogyubi merupakan blog dari para *member* bermakna positif & konsisten, sehingga pelanggan atau *member* pun selalu menanti datangnya tulisan baru dari para *member* lainnya.

Yukbisnis.com juga merupakan sebuah sosial marketplace dimana *members*nya bisa berbisnis sekaligus membangun komunitas. YukBisnis didesain dengan sedemikian rupa untuk memudahkan siapapun memulai bisnis online dalam waktu kurang dari 5 menit. Itulah kenapa Yukbisnis.com memiliki *tagline*: "Nenek-nenek saja bisa membuka toko online, kamu?"

Komunitas adalah tulang punggung dari Yukbisnis.com. Selain fitur untuk membuka *online shop*, Yukbisnis.com juga menyediakan fitur pertemanan dan forum diskusi yang dapat dimanfaatkan walaupun belum memiliki toko online. Selain itu Yukbisnis.com juga memiliki basis komunitas *offline* yang kuat karena terdapat komunitas alumni *Entrepreneur Camp* dan *Young Entrepreneur Academy* (YEA) disana. Adanya komunitas yang kuat tentunya akan membantu produk yang dijual lebih mudah menyebar di dunia maya.

Komitmen Yukbisnis.com adalah membangun komunitas bisnis terbesar di Indonesia, YukBisnis dibangun sedemikian rupa untuk membesarkan usaha *members*nya. Hal ini bisa dilihat dari setiap transaksi yang akan dilakukan seperti jika orang ingin berbelanja maka ia akan dapat dengan mudah melihat detail siapa orang dibalik toko online tersebut, kemana harus menghubungi sang pemilik toko, berapa pin BB atau nomor teleponnya, semua ada disana. Jadi saat seseorang memutuskan untuk membeli dari salah satu *member* Yubi (sebutan akrab Yukbisnis.com) ia tidak perlu repot-repot harus login dan bertransaksi lewat Yukbisnis.com, pembeli bisa langsung menghubungi penjualnya . Hal ini tidak seperti *online marketplace* lain yang memaksa pembeli bertransaksi melalui layanan tersebut. Pembeli diharuskan untuk menjadi *member* terlebih dahulu baru bisa bertransaksi. Hal ini sangat merugikan bagi penjual dan buang-buang waktu bagi pembeli.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Kewirausahaan diyakini memberikan sejumlah manfaat, diantaranya adalah dapat memberikan kesejahteraan kepada masyarakat dengan jalan meningkatkan kemampuan wirausaha sendiri, memberikan banyak lowongan pekerjaan, menawarkan berbagai produk dan jasa kepada konsumen, dan pajak yang dibayarkan kepada pemerintah (Sisnuhadi & Wijaya dalam Priyambodo, 2010:4). Semakin maju suatu negara semakin banyak orang yang terdidik dengan memiliki gelar pendidikan yang tinggi tetapi pada akhirnya menjadi pengangguran karena kurangnya lowongan pekerjaan. Menjadi seorang wirausaha adalah sebuah solusi karena menjadi seorang *entrepreneur* kita bisa

menciptakan lapangan pekerjaan. Semakin meningkatnya tingkat pengangguran, maka semakin dirasakan pentingnya *entrepreneur*. Selain itu, manfaat lain dari *entrepreneur* di negara-negara maju adalah peningkatan kesejahteraan masyarakat karena *entrepreneur* telah memperkaya pasar dengan produk-produk yang inovatif. Produk-produk tersebut bisa di-*export* ke luar negeri yang tentunya bisa menambah devisa Negara. Melihat sejumlah manfaat yang diberikan, maka dari itu untuk memenuhi target pengurangan pengangguran dan kemiskinan, maka pemerintah mengambil kebijakan untuk memperbanyak sekaligus memperkuat wirausahawan khususnya wirausaha muda.

Sejumlah alasan seseorang untuk menjadi wirausaha, diantaranya adalah dorongan untuk mandiri, keadaan ekonomi yang memaksa mereka untuk berwirausaha, korban PHK, sulitnya mencari pekerjaan dan banyaknya pengangguran, faktor orang tua atau keluarga. Sisnuhadi dan Wijaya (Priyambodo, 2010:5). Di Indonesia, kesadaran warga Negara untuk berwirausaha tumbuh dengan cepat. Idealnya suatu negara harus memiliki jumlah *entrepreneur* sebanyak 2% dari jumlah total penduduknya.

Tabel 1.1
Perbandingan Jumlah Entrepreneur Indonesia Dengan Negara Lain

| Beberapa negara di ASIA | Rasio Perbandingan Jumlah <i>Entrepreneur</i> dengan Total Penduduk. |
|----------------------------|--|
| Indonesia | 1,56% |
| Malaysia | 4% |
| Thailand | 4,1% |
| Singapura | 7,2% |

Sumber : Purwanto, D. (12 November 2012). Survey Bank Dunia pada tahun 2012. Kompas (Online).

Tersedia: <http://kompas.com>. (1 Desember 2012).

Menurut koran Kompas edisi 12 November 2012 melalui survei yang dilakukan oleh Bank Dunia pada tahun 2012, walaupun jumlah pengusaha di Indonesia meningkat pesat dari 0.24% pada tahun 2009 menjadi 1.56% pada tahun 2012, jumlah ini masih belum cukup. Di negara maju seperti Amerika, Singapura, dan Jepang, jumlah rasio wirausaha sudah jauh di atas 2%, bahkan jika dibandingkan dengan negara lainnya di wilayah Asia, Indonesia masih tertinggal cukup jauh. Jumlah pengusaha di Malaysia sudah mencapai 4 persen dari total penduduknya. Di sisi lain, jumlah pengusaha di Thailand sudah mencapai 4,1 persen dari total penduduknya. Bahkan jumlah pengusaha di Singapura sudah mencapai 7,2 persen dari total jumlah penduduknya.

Mengetahui keadaan tersebut, dapat terlihat adanya peluang besar untuk mengembangkan diri menjadi seorang *entrepreneur*. Pengembangan ini perlu dilakukan oleh masyarakat Indonesia khususnya generasi muda. Penumbuhkembangan motivasi wirausaha menjanjikan harapan cerah bagi terciptanya sumber daya manusia yang mandiri dalam berfikir dan bertindak, mampu menerapkan ilmu yang dipahaminya untuk kesejahteraan diri dan masyarakatnya. Adanya jiwa *entrepreneur* sangat diperlukan bagi pengembangan individu dalam mengarungi kehidupan disamping secara lebih luas lagi yaitu untuk mengembangkan kemandirian bangsa. Wirausaha bukan sekedar berbisnis apalagi sekedar berdagang, hal ini penting untuk dimengerti agar tidak terjadi kesalahan arti dan pemahaman yang sempit. Jiwa wirausaha perlu dimiliki oleh masyarakat dari berbagai disiplin ilmu, yang mana untuk pemanfaatan dan memajukan kegiatan pada bidang disiplin ilmu masing-masing, semua memerlukan adanya jiwa *entrepreneur* agar dapat diperoleh kemajuan dan inovasi.

Selain *skill* dan *credibility*, salah satu hal terpenting dalam membangun keberhasilan dalam berbisnis adalah dengan membangun *network* atau jaringan yang luas (Setiabudi, 2013:6). Salah satu sifat dasar manusia sebagai makhluk sosial adalah selalu ingin berteman. Manusia akan selalu mencari teman dan kelompok yang memiliki kesamaan dalam minat, kegemaran, hobi, dan prinsip. Berkumpul dan bergabung dalam komunitas bersama wirausaha lain merupakan salah satu cara jitu untuk terus meningkatkan motivasi kewirausahaan untuk siapa pun, termasuk yang bergerak di sektor usaha kecil dan menengah atau usaha mikro. Kesadaran komunitas tidak hanya merupakan sebuah jalan untuk mengembangkan dan menguatkan bisnis. Akan tetapi, berkomunitas juga memiliki peran penting secara psikologis.

Komunitas bukanlah bahasa baru dalam ruang lingkup sosial. Komunitas sendiri didefinisikan sebagai unit spasial atau unit politik dari suatu organisasi sosial yang dapat memberikan individu perasaan kebersamaan atau perasan saling memiliki (*sense of belonging*). Perasaan kebersamaan ini bisa didasarkan atas kebersamaan daerah tempat tinggal seperti kota tertentu atau hubungan ketetangaan dan perasaman kebersamaan ini juga didasarkan dengan adanya perasaan saling memiliki identitas yang sama. Dengan adanya pengaruh dari suatu komunitas, dapat berdampak juga bagi motivasi masing-masing individu untuk terus mengembangkan bisnisnya (Schaefer, 2011:146)

Semakin maraknya keberadaan komunitas wirausaha di sekitar kita ini merupakan suatu fenomena yang menarik untuk diamati karena ternyata memiliki dampak bagi dunia bisnis di Indonesia. Maraknya *workshop*, seminar, dan munculnya komunitas-komunitas bisnis baru dewasa ini membawa angin segar gairah *entrepreneur* di nusantara. Hal ini menandakan jika kesadaran akan pentingnya komunitas sudah dianggap penting oleh individu-individu pebisnis. Semangat untuk berkomunitas yang terus meningkat tersebut juga membuktikan bahwa sudah bukan jamannya lagi pebisnis berjalan sendirian atau merasa berbisnis sendiri. Berkumpul dengan komunitas yang memiliki nilai-nilai yang sama, hal itu bisa menjadi salah satu faktor utama bisnis kita menjadi kuat dan terus

berkembang. Dalam komunitas itu pada akhirnya akan timbul interaksi yang kemudian melahirkan visi, misi, dan aksi bersama. Komunitas bisnis berpeluang besar untuk menjadi sebuah jaringan bisnis yang kuat dan kokoh. Karena sesama *entrepreneur* akan tercipta kepercayaan yang kuat. Hal ini sangat diperlukan karena dalam bisnis kepercayaan merupakan salah satu kunci sukses. Apalagi dengan semakin banyak *member* komunitas bisnis maka semakin banyak peluang usaha yang bisa dibidik dan eksekusi. (Hendra, 2008:59)

Komunitas dapat menjadi sarana atau wahana untuk bertemu dengan orang lain, membangun *relationships*, dan menemukan orang-orang yang memiliki satu minat di mana konsumen saling berinteraksi (Yuswohady, 2008:70). Menurut www.ciputraentrepreneurship.com diakses 1 desember 2012, ada beberapa manfaat dari adanya komunitas di dalam bisnis, antara lain:

1. Dengan adanya komunitas akan timbul akselerasi atau percepatan pertumbuhan usaha *member*.
2. Dalam komunitas yang baik biasanya antar *member* akan saling mendukung satu sama lain.
3. Segala potensi yang ada akan tergali dan terlatih
4. Adanya bantuan atau peluang modal usaha, bantuan konsultasi dan bimbingan usaha, pertukaran informasi, pelatihan, riset.
5. *Member* akan termotivasi dan berani untuk terus menjadi *entrepreneur*.
6. Dunia bisnis penuh dengan tantangan dan resiko sehingga komunitas bisa dijadikan sarana untuk curhat, konsultasi, pengembangan jaringan, dan mempererat persaudaraan.
7. Sebagai wadah belajar, sarana mencari informasi, peluang bisnis, menjadi simpul penghubung antara *entrepreneur* dengan pihak-pihak yang peduli dengan pengembangan *entrepreneur*.

Dengan adanya manfaat di atas setiap *member* akan terpacu untuk maju dan berkembang karena dalam sebuah komunitas biasanya ada *network*, bertemunya peluang, *sharing* ilmu, informasi, dan konsultasi permasalahan.

Komunitas wajib hukumnya bagi *entrepreneur* karena dengan adanya komunitas, wirausaha-wirausaha muda di Indonesia akan semakin kuat. Jika para wirausaha saling bekerjasama tentu akan lebih mudah berhubungan satu sama lain karena sudah saling kenal, apalagi dalam satu komunitas. Dalam sebuah komunitas ada kesadaran bahwa kesuksesan kita adalah ketika kita berhasil mensukseskan orang lain. Harapannya komunitas mampu menumbuhkan minat serta berperan dalam pengembangan kewirausahaan. Hal ini tentu mendorong lahirnya *entrepreneur* baru, menjalin kekuatan bersama untuk saling memajukan usaha, menjadi wadah berkumpul calon *entrepreneur* dan praktisi *entrepreneur*.

Sebuah komunitas tak akan berlangsung tanpa adanya keikutsertaan dari para *member* komunitasnya. Keterikatan para *member* komunitas yang terbentuk dari waktu ke waktu saat

berinteraksi dalam komunitas, dapat membuat suatu komunitas tetap berdiri dan malah akan semakin kokoh. Tingkat kenyamanan dan kebetahan *member* dapat menjadi ukuran bertahannya suatu komunitas. Kenyamanan dan kebetahan tersebut sering disebut sebagai *Sense of Community (SoC)*. (Mc Millan & Chavis, 1986 : 2)

Mc Millan & Chavis (1986 : 2) menyatakan bahwa dalam komunitas yang berbasis tempat dan komunitas hobi, *sense of community* mengarah pada kepuasan, komitmen serta keterlibatan dalam aktivitas komunitas dan perilaku dalam mengatasi masalah. Dengan adanya *sense of community* ini membentuk para *member* komunitas menjadi ingin lebih mempertahankan suatu fokus yang kohesif. Sementara menanggulangi perbedaan yang ada antara para *member* merupakan inti dari pembentukan komunitas yang sempurna dan kokoh.

Dalam penelitian ini, penulis memilih Yukbisnis.com sebagai objek penelitian karena Yukbisnis merupakan portal web di Indonesia dengan basis komunitas yang kuat. Yukbisnis didirikan oleh penulis buku *The Power of Kepepet*, Jaya Setiabudi yang menyadari bahwa internet telah membuat bisnis online berkembang sangat pesat dan tak heran siapa pun kini bisa menggeluti bisnis di jalur ini. Melalui situs www.yukbisnis.com, portal web yang berbasis komunitas ini mengumpulkan para penjual dan pembeli dalam satu atap. Mereka yang ingin menjual bisa “menggelar” dagangan mereka kepada para pembeli atau pengunjung *online mall* ini.

Launching pada tanggal 27 April 2012 dan hingga kini telah menunjukkan impact yang cukup besar bagi perkembangan bisnis di Indonesia. YukBisnis dapat menjadi solusi untuk masyarakat yang ingin berbisnis namun tidak memiliki cara dan pengetahuan untuk memulainya. Di sini kita akan menemukan orang-orang yang telah terjun langsung dalam dunia bisnis online, berteman dengan mereka dan menanyakan segala hal tentang bisnis kepada *member* komunitas. Yukbisnis sendiri telah menjadi sebuah komunitas untuk berbagi ide, pengetahuan dan juga sebagai tempat untuk mengembangkan usaha kita tidak hanya lewat jejaring *online* saja, tetapi juga *offline*.

Perkembangan yukbisnis.com sangat pesat dalam beberapa bulan ini sejak didirikan pada tanggal 27 April 2012. Hingga Desember 2012 jumlah *member* YukBisnis adalah 11.505 orang dengan 8181 toko, dan lebih dari 50.000 produk yang dijual. Kunjungan ke website Yukbisnis juga terus meningkat dengan baik setiap harinya. Prestasi yang terus meningkat ini membuat Yukbisnis.com bisa menjadi website yang paling banyak dikunjungi dengan traffic rank top 100.000 web in the world dan 1.000 di Indonesia menurut statistik Alexa. Dilihat dari esensi namanya saja, Yukbisnis, bisa menjadi sebuah motivasi bagi para entrepreneur untuk memulai usaha mereka. Yukbisnis yang kurang lebih mempunyai arti ayo mulai berbisnis, bisa menjadi motivasi dan secara tidak langsung telah membuka jalan bagi para calon *entrepreneur* untuk maju selangkah ke depan.

Dalam tabel di bawah ini, penulis membandingkan beberapa kompetitor yang serupa dengan Yukbisnis.com, serta memaparkan fitur-fitur yang ada dalam sebuah market place dari masing-masing situs tersebut.

Tabel 1.2
Perbandingan Yukbisnis Dengan Kompetitor

| Kriteria | Yukbisnis | Bukalapak | Tokopedia |
|-----------------------------------|--|---|--|
| Komunitas yang kuat | ✓ Sering mengadakan pertemuan dan bazar secara rutin. | - | - |
| Fitur Chatroom | ✓ | - | - |
| Content yang bermanfaat | ✓ Padat content yang bermanfaat (HOT & Blog Yubi) | - | ✓ Blog tidak update & contentnya generik |
| Identitas penjual yang transparan | ✓ Mencantumkan biodata, foto dan kontak penjual langsung. | - | - Contact penjual susah sekali ditemukan, semua harus melalui Tokopedia |
| Loading yang cepat | ✓ | ✓ | ✓ |
| Iklan | - | ✓ Iklan terdapat dimana-mana termasuk di toko penjual dan Hampir semua iklan mengarahkan pengunjung keluar dari Bukalapak. | ✓ Memonetasi langsung dari user dengan billboard |

| | | | |
|---------------------------------------|--|--|---|
| Tampilan yang bagus dan teratur. | ✓ Tampilan yang sederhana dengan sedikit tulisan dan lebih banyak visual | ✓ Terdapat menu longtail yang rapi. | Halaman depan terlalu ramai, sangat mengganggu |
| SEO produk sering muncul dalam Google | ✓ | - | Produk jarang muncul dalam pencarian Google |
| Sistem navigasi yang mudah | ✓ | ✓ Adanya petunjuk terpisah untuk penjual dan pembeli. | ✓ Fokus ke sistem pembayaran yg baik. Seluruh sistem terintegrasi dengan sempurna. |
| Kemudahan transaksi | ✓ Pembeli tidak perlu login untuk melakukan transaksi. Pembeli bisa langsung menghubungi penjual. | Harus login jika ingin melakukan transaksi. | Sulit untuk bertransaksi. Harus login jika ingin melakukan transaksi. |
| Keamanan bertransaksi | ✓ Adanya YubiPay | - | ✓ Adanya rekening bersama untuk transaksi. |

Sumber : www.yubisnis.com, www.bukalapak.com, www.tokopedia.com, www.google.com, dan survey yang dilakukan oleh tim Yukbisnis. (diakses 1 Desember 2012)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa tujuan dari situs Yukbisnis ini bukanlah untuk mencari keuntungan semata melainkan bertujuan untuk membangun komunitas yang kuat untuk para wirausaha. Padatnya *content* yang bermanfaat antara lain fitur HOT yang berisi artikel-artikel dan tips seputar bisnis sehingga bisa menjadi sumber belajar bisnis bagi UKM. *Member* juga bisa memberikan *feedback* melalui Blog Yubi yaitu blog yang dibuat oleh *member* Yukbisnis sendiri dengan mudah dalam pembuatannya sehingga para *member* bisa memberikan tips-tips yang berguna untuk member lain. Fitur chatroom & komunitas diharapkan ke depannya dapat menjadi alternatif

groupchat yg beredar di pasaran. Peluang monetasi yang besar karena kuatnya ikatan komunitas dan padat *content*.

Penulis telah bergabung sejak April 2012 dalam Yukbisnis.com dan telah mendapatkan berbagai manfaat positif seperti omset yang terus meningkat rata-rata sebesar 30 s/d 40% setiap bulannya. Bergabung dalam komunitas Yubi juga membuka lebih banyak peluang dalam bisnis penulis. Saat ini telah terbentuk komunitas regional Yukbisnis di berbagai daerah. *Member* Yukbisnis sangat antusias karena memiliki yang disebut "vibrasi" yang sama. Karena komunitas Yubi yang serba terbuka, sesama *member* saling memberi dagangan untuk *member* lain. Hal ini membuktikan bahwa *member* YukBisnis juga sangat antusias untuk membesarkan sesama *membersnya*.

Dalam ekonomi global yang muncul akhir-akhir ini, *e-commerce* dan *e-business* telah menjadi komponen penting dari strategi bisnis yang kuat bagi perkembangan ekonomi. Dari data-data yang telah disebutkan di atas, menunjukkan bahwa portal web Yukbisnis.com telah menjadi komunikasi internet dalam bisnis yang bisa meningkatkan produktivitas, mendorong partisipasi calon *entrepreneur* serta menumbuhkan motivasi berwirausaha yang lebih besar.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis melakukan penelitian tentang **“Pengaruh *Sense of Community* Terhadap Motivasi Berwirausaha Pada Situs Yukbisnis.com”**.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan paparan pada latar belakang yang telah diungkapkan oleh penulis, maka dapat diidentifikasi permasalahan penelitian berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden tentang *sense of community* yang terdiri dari *membership, influence, fulfillment of needs* dan *share emotional connections* pada situs Yukbisnis.com?
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai motivasi berwirausaha pada situs Yukbisnis.com ?
3. Berapa besar pengaruh *sense of community* yang terdiri dari *membership, influence, fulfillment of needs* dan *share emotional connections* terhadap motivasi berwirausaha pada situs Yukbisnis.com ?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui tanggapan responden tentang *sense of community* yang terdiri dari *membership, influence, fulfillment of needs* dan *share emotional connections* pada situs Yukbisnis.com.
2. Mengetahui tanggapan responden mengenai motivasi berwirausaha pada situs Yukbisnis.com
3. Mengetahui besarnya pengaruh *sense of community* yang terdiri dari *membership, influence, fulfillment of needs* dan *share emotional connections* terhadap motivasi berwirausaha pada situs Yukbisnis.com

1.5 Kegunaan Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat bagi semua pihak, baik bagi penulis, maupun bagi perusahaan. Kegunaan penelitian ini diantaranya adalah:

1. Kegunaan Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan menambah wawasan dan pengetahuan serta referensi mengenai *sense of community* terhadap motivasi berwirausaha pada situs Yukbisnis.com.

2. Kegunaan Praktis

Memberikan sumbangan pemikiran kepada Yukbisnis.com tentang pengaruh *sense of community* terhadap motivasi berwirausaha, sehingga pihak Yukbisnis.com dapat terus meningkatkan *sense of community* di antara para *member* guna meningkatkan motivasi berwirausaha.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk lebih mempermudah dan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai isi skripsi ini, pembahasan dilakukan secara komprehensif dan sistematis meliputi :

BAB I : Merupakan bab pendahuluan yang menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Berisi tentang landasan teori sebagai kerangka acuan pemikiran dalam pembahasan masalah yang akan diteliti dan sebagai dasar analisis yang diambil dari berbagai literatur yang berkaitan dengan penelitian ini, kerangka pikir teoritis dan hipotesis.

BAB III : Merupakan bab yang menjelaskan mengenai metode penelitian. Hal-hal yang terangkum dalam bab ini antara lain variabel penelitian termasuk pengukurannya dan definisi operasionalnya, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang digunakan.

BAB VI : Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : Merupakan bab yang menjelaskan tentang kesimpulan dan saran yang diberikan peneliti terhadap penelitian yang telah dilakukan.