

Analisis Faktor-Faktor Penentu Keberhasilan Wirausaha Pemula di Era Digital

Hasyim¹ Atika Zahra² Suci Destiyani³ Sebrina Intan Aulia⁴

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara,
Indonesia^{1,2,3,4}

Email: hasyimsty@unimed.ac.id¹ atikazahranew@gmail.com² sucidestiyani67@gmail.com³
sebrinaintan@gmail.com⁴

Abstract

The development of digital technology has brought new challenges for aspiring entrepreneurs in the digital era, as well as new opportunities. The purpose of this study is to analyze the critical components influencing the success of young entrepreneurs in utilizing information technology, such as social media, e-commerce platforms, social capital, product innovation, and social media platforms. The role of each component in expanding markets, improving operational efficiency, and achieving sustainable competitive advantage is studied through a descriptive qualitative case study. The results indicate that digital elements, innovation, social networks, and triple helix collaboration between business actors, the government, and supporting institutions are crucial for the success of aspiring entrepreneurs. This study provides practical insights for aspiring entrepreneurs and policymakers to support the growth of adaptive and sustainable digital entrepreneurship in Indonesia.

Keywords: Digital Entrepreneurship, Social Media, E-Commerce, Product Innovation, Triple Helix, Success Of Start-Up Entrepreneurs

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membawa tantangan baru bagi wirausaha pemula di era digital sekaligus peluang baru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis komponen penting yang mempengaruhi keberhasilan wirausaha muda dalam menggunakan teknologi informasi seperti media sosial, platform e-commerce, modal sosial, inovasi produk, dan platform media sosial. Peran masing-masing komponen dalam memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dipelajari melalui studi kasus kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen digital, inovasi, jejaring sosial, dan kolaborasi triple helix antara pelaku usaha, pemerintah, dan lembaga pendukung sangat penting untuk keberhasilan wirausaha pemula. Studi ini memberikan wawasan praktis bagi calon wirausaha dan pembuat kebijakan untuk mendukung pertumbuhan kewirausahaan digital yang adaptif dan berkelanjutan di Indonesia.

Kata Kunci: Kewirausahaan Digital, Media Sosial, E-Commerce, Inovasi Produk, Triple Helix, Keberhasilan Wirausaha Pemula



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah kewirausahaan di era digital saat ini. Digitalisasi membawa tantangan baru bagi wirausaha pemula, tetapi juga membuka peluang baru. Menurut Saptariantono (2025), untuk meningkatkan kinerja dan mempertahankan posisi bisnis di tengah persaingan yang semakin kompetitif di era digital, penggunaan teknologi digital, inovasi, dan strategi pemasaran digital menjadi kuncinya. Selain itu, Arifin et al. (2023) menekankan bahwa teknologi digital seperti platform e-commerce dan media sosial mempermudah akses pasar dan memperluas jangkauan bisnis wirausaha muda. Oleh karena itu, teknologi digital ini berfungsi sebagai penggerak utama keberhasilan kewirausahaan generasi muda di Indonesia. Selain itu, dua komponen penting yang membantu pelaku usaha bersaing di era transformasi digital adalah pemasaran digital dan inovasi produk. Menurut penelitian Saragih (2025), penggabungan strategi pemasaran digital dan inovasi

produk dapat meningkatkan pangsa pasar dan menghasilkan nilai tambah. Sebaliknya, seperti yang dijelaskan oleh Caniago (2019), jejaring sosial dan modal sosial, serta kolaborasi antara pelaku usaha, pemerintah, dan lembaga lain, yang dikenal sebagai triple helix, memainkan peran penting dalam pengembangan kewirausahaan digital di Indonesia.

Faktor-faktor seperti penggunaan media sosial, platform e-commerce, inovasi produk, serta jaringan sosial dan modal sosial memiliki pengaruh langsung terhadap kemampuan wirausaha pemula untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas operasional, dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dengan pemahaman yang tepat mengenai kontribusi masing-masing faktor, wirausaha pemula dapat mengembangkan strategi bisnis digital yang efektif guna meraih pertumbuhan dan keberlanjutan usaha di tengah perubahan pasar yang sangat dinamis pada era digital. Kajian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang elemen-elemen yang menentukan keberhasilan wirausaha pemula di era digital, termasuk cara mereka menggunakan media sosial, e-commerce, dan platform digital lainnya untuk mengembangkan bisnis mereka. Selain itu, studi ini akan mengidentifikasi masalah dan pendekatan adaptasi yang digunakan untuk mengatasi dinamika bisnis digital yang terus berubah. Penelitian ini memperkaya literatur tentang kewirausahaan digital dan memberikan wawasan praktis bagi calon wirausaha dan pembuat kebijakan untuk mendukung pengembangan kewirausahaan di Indonesia dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan studi kasus.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam jurnal ini adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan studi kasus untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor yang menentukan keberhasilan wirausaha pemula di era digital. Menurut Sugiyono dalam (Septiani et al., 2022) metode deskriptif kualitatif adalah pendekatan yang menggambarkan, menjelaskan, dan menyajikan keadaan objek penelitian secara apa adanya sesuai dengan situasi dan kondisi saat penelitian berlangsung. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh melalui studi literatur dari berbagai sumber ilmiah, laporan riset, serta dokumen-dokumen terkait kewirausahaan digital di Indonesia. Menurut Sari & Zefri dalam (Arvyanda et al., 2023) menyatakan bahwa data sekunder merupakan informasi yang diperoleh bukan secara langsung dari sumber atau responden. Analisis data dilakukan secara tematik dengan mengidentifikasi pola serta keterkaitan antara faktor-faktor seperti pemanfaatan media sosial, platform e-commerce, inovasi produk, modal sosial, dan jejaring sosial terhadap keberhasilan bisnis wirausaha pemula. Proses analisis mencakup pengkodean data, pengelompokan kategori, dan interpretasi untuk mengungkap peran masing-masing faktor dalam membangun keunggulan kompetitif dan keberlangsungan usaha. Penelitian ini juga memperhatikan konteks sosial dan ekonomi dari lingkungan bisnis digital di Indonesia, termasuk peran kolaborasi triple helix (antara pelaku usaha, pemerintah, dan institusi lain) sebagai faktor pendukung utama.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa keberhasilan wirausaha pemula dalam era digital dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yang saling terhubung. Pertama, penggunaan media sosial memiliki peranan penting dalam memperluas cakupan pasar sekaligus meningkatkan interaksi dan keterlibatan dengan pelanggan. Melalui media sosial, para wirausaha pemula dapat membangun kesadaran merek dan menjalankan promosi secara lebih efektif dengan biaya yang relatif rendah. Kedua, platform e-commerce memberikan kemudahan dalam distribusi produk dan pelaksanaan transaksi bisnis secara digital. Platform ini tak hanya

memperluas akses pasar yang sebelumnya terbatas oleh faktor geografis, namun juga meningkatkan efisiensi operasional usaha dengan mengurangi kebutuhan akan fasilitas fisik dan tenaga kerja. Ketiga, inovasi produk menjadi elemen kunci yang menciptakan diferensiasi dan nilai tambah dalam persaingan pasar yang semakin ketat. Perpaduan antara inovasi produk dan strategi pemasaran digital terbukti mampu memperbesar daya tarik produk, menambah pangsa pasar, dan mempercepat pertumbuhan bisnis. Selain itu, jejaring sosial dan modal sosial merupakan faktor penting yang mendukung kelangsungan usaha. Jejaring sosial memfasilitasi pertukaran informasi, kolaborasi, dan kemitraan strategis, sementara modal sosial menyediakan dukungan psikologis dan sumber daya sosial yang membantu pelaku usaha bertahan menghadapi berbagai tantangan. Terakhir, kolaborasi triple helix—yang melibatkan pelaku usaha, pemerintah, dan institusi lain—berfungsi sebagai faktor pendukung utama dengan menyediakan kebijakan, pelatihan, dan sumber daya yang mempercepat adaptasi pelaku wirausaha pemula terhadap perubahan dalam dinamika bisnis digital.

Tabel 1. Berikut Merangkum Faktor-Faktor Utama dan Pengaruh Signifikan Terhadap Keberhasilan Wirausaha Pemula

Faktor Utama	Pengaruh terhadap Keberhasilan Wirausaha Pemula
Pemanfaatan Media Sosial	Memperluas jangkauan pasar secara signifikan, meningkatkan engagement dan promosi produk yang efisien dengan biaya rendah
Platform E-commerce	Memperluas akses pasar secara geografis, meningkatkan efisiensi transaksi, dan mengurangi biaya operasional
Inovasi Produk	Menciptakan diferensiasi produk yang menarik, meningkatkan loyalitas pelanggan dan pendapatan
Pemasaran Digital	Memperkuat kemampuan promosi, memperbesar pangsa pasar, dan meningkatkan pertumbuhan bisnis
Jejaring Sosial	Membuka peluang kolaborasi, pertukaran informasi, dan kemitraan yang strategis
Modal Sosial	Memperkuat ikatan sosial, kepercayaan, dan dukungan yang esensial untuk ketahanan bisnis
Kolaborasi Triple Helix	Menyediakan kebijakan, pelatihan, dan sumber daya yang mempercepat adaptasi teknologi digital

Pembahasan

Penggunaan media sosial sebagai saluran pemasaran dan promosi sesuai dengan temuan Arifin et al. (2023), yang menyatakan bahwa media sosial memiliki peran krusial dalam memperluas cakupan pasar sekaligus meningkatkan keterlibatan pelanggan. Pemanfaatan media sosial memungkinkan wirausaha pemula tumbuh secara lebih efisien dengan biaya yang lebih rendah, sembari menjaga komunikasi yang intensif dengan konsumen. Sementara itu, platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak memfasilitasi distribusi produk yang lebih luas dan proses transaksi yang lebih mudah, mengindikasikan pergeseran dari bisnis konvensional menuju digital yang kini menjadi kebutuhan utama. Keberhasilan wirausaha pemula juga sangat bergantung pada inovasi produk yang mampu memberikan nilai tambah dan daya saing dalam pasar yang padat. Saragih (2025) menekankan bahwa inovasi yang dikombinasikan dengan pemasaran digital yang tepat dapat meningkatkan pangsa pasar sekaligus loyalitas pelanggan. Adanya inovasi yang dinamis dan responsif terhadap kebutuhan konsumen menjadi pembeda utama dalam memenangkan persaingan. Dukungan jejaring sosial dan modal sosial juga memiliki peranan besar sesuai teori modal sosial yang dipaparkan Caniago (2019). Hubungan sosial yang kuat mempermudah akses terhadap sumber daya dan bimbingan, sekaligus memperkuat stabilitas dan keberlanjutan usaha di tengah tantangan era digital. Selain itu, kolaborasi triple helix antara pelaku usaha, pemerintah, dan institusi pendukung berfungsi membangun ekosistem kewirausahaan yang sehat melalui kebijakan,

pelatihan digital, dan akses modal serta teknologi. Keterlibatan pemerintah dalam pelatihan keterampilan digital menjadi pendorong utama adaptasi pelaku usaha pemula terhadap perubahan bisnis digital yang cepat. Secara keseluruhan, sinergi yang terjalin antara faktor teknologi digital, inovasi produk, jejaring sosial, modal sosial, serta kolaborasi triple helix membentuk landasan kuat bagi keberhasilan kewirausahaan digital. Pendekatan terpadu ini tidak hanya mengoptimalkan potensi bisnis, tetapi juga memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha dalam menghadapi dinamika pasar global yang terus berubah.

KESIMPULAN

Keberhasilan wirausaha pemula di era digital sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yang saling terkait, yaitu pemanfaatan media sosial, platform e-commerce, inovasi produk, pemasaran digital, jejaring sosial, modal sosial, dan kolaborasi triple helix antara pelaku usaha, pemerintah, dan institusi lain. Media sosial memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan konsumen dengan biaya rendah. Platform e-commerce memudahkan distribusi dan transaksi bisnis digital, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan. Modal sosial dan jejaring sosial mendorong dukungan sosial, kerja sama, dan pertukaran informasi, yang keduanya sangat penting untuk keberlangsungan bisnis. Selain itu, kerja sama triple helix memberikan kebijakan, pelatihan, dan sumber daya yang membantu bisnis beradaptasi dengan dinamika bisnis digital. Di tengah perubahan pasar yang sangat dinamis di era digital, sinergi antara faktor-faktor ini membentuk fondasi yang solid untuk keberhasilan dan keberlanjutan wirausaha pemula. Dengan memahami dan menerapkan faktor-faktor ini dengan benar, wirausaha pemula dapat mengembangkan strategi bisnis digital yang efektif untuk memperoleh pertumbuhan dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Saran

Saran dalam jurnal ini harus menekankan betapa pentingnya penggabungan strategi digital yang melibatkan penggunaan media sosial dan platform e-commerce serta pembuatan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Disarankan agar pelaku usaha pemula meningkatkan modal sosial dan jejaring sosial untuk mempertahankan bisnis mereka di tengah dinamika persaingan digital yang tinggi. Selain itu, kerja sama yang lebih erat antara pemerintah, lembaga terkait, dan bisnis perlu dikembangkan secara berkelanjutan. Ini akan membantu memperkuat ekosistem kewirausahaan digital melalui kebijakan, pelatihan, dan ketersediaan sumber daya yang memadai. Terakhir, penelitian lebih lanjut harus berkonsentrasi pada pemetaan masalah nyata dan metode adaptasi yang efektif dalam konteks bisnis digital Indonesia. Ini dimaksudkan agar temuan penelitian dapat memberikan solusi praktis yang dapat diterapkan bagi wirausaha muda yang menghadapi perubahan pasar yang cepat dan kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N., Nurrul Amanah, DM, & Putri, NK (2023). Pengembangan kewirausahaan digital di Indonesia. *Jurnal Koopetition*, 14(2), 243-252.
- Arifin, Z., Sumerli A., C. H., & Arini, R. E. (2023). Peran Teknologi dan Inovasi dalam Kesuksesan Bisnis Wirausaha Muda. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 301-311.
- Arvyanda, R., Fernandito, E., & Landung, P. (2023). Analisis pengaruh perbedaan bahasa dalam komunikasi antarmahasiswa. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa*, 1(1), 67-80.
- Aulya, CD, Fitria, L., & Dasman, S. (2024). Mengidentifikasi Faktor-Faktor Keberhasilan Kewirausahaan di Kalangan Generasi Muda Indonesia Menggunakan Metode Delphi. *Jurnal Spektrum Ekonomi*, 7 (12), 69-76.

- Caniago, I., & Hayati, K. (2019). Kewirausahaan Teknologi Digital: Potensi Pemberdayaan Pebisnis Milenial.
- Fatonah, F., Azlan, LM, & Anggraeni, F. (2024). Digitalisasi kewirausahaan: Analisis tren technopreneurship di kalangan generasi milenial. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran* , 7 (4), 17941-17950.
- Gulo, E., Laia, D., & Bello, Y. A. (2024). Cara Wirausaha Muda Menghadapi Tantangan di Era Digital. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan Dan Teknologi*, 1(4), 10-23.
- Maimuna, F. F., Roroa, N. A. F., Misrah, M., Oktavianty, O., & Agit, A. (2024, October). Transformasi digital dalam kewirausahaan: Analisis faktor penghambat dan pendorong perkembangan ekonomi digital. In *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Dan Riset Ilmu Sosial* (Vol. 1, No. 1, pp. 187-198).
- Sandra, J., Firdaus, MI, Widiyanto, P., & Fitra, R. (2025). Inovasi Teknologi Dalam Kewirausahaan: Membangun Ekosistem Bisnis Berkelanjutan Melalui Pelatihan Kewirausahaan Digital. *Semar: Jurnal Sosial dan Pengabdian Masyarakat* , 3 (1), 19-27.
- Saptarianto, H., Lubis, A. Y., & Siburian, V. R. (2025). Kewirausahaan di era Digital Meningkatkan Kinerja Wirausaha Melalui. *Jurnal Visi Manajemen*, 13-25.
- Saragih, N. P., Annisa, N., Simamora, D. R., Munte, D. G., & Umar, A. T. (2025). Pengaruh Literasi Digital, Karakter Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Berwirausaha . *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 224-235.
- Septiani, RAD, & Wardhana, D. (2022). Implementasi program literasi membaca 15 menit sebelum belajar sebagai upaya dalam meningkatkan minat membaca. *Jurnal Perseda: Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar* , 5 (2), 130-137.