JEIB Volume 1 Nomor 1 Tahun 2025 Halaman 26 – 32
Jurnal Ekopreneur dan Inovasi Bisnis
https://jeib.web.id/index.php/jeib/index

Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk Pertanian Oleh Petani Milenial

Nurhacici Salsabila[1], Nany Librianty[2]
Program Studi S1 Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai
nurhacici301@gmail.com, nanilibrianti@universitaspahlawan.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan wirausaha muda di Indonesia dengan menggunakan pendekatan metode campuran (mixed methods), yang menggabungkan data kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif dilakukan melalui survei terhadap 150 wirausaha muda berusia 18–35 tahun yang berasal dari berbagai sektor usaha dan wilayah di Indonesia. Sementara itu, data kualitatif diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap 10 informan kunci, yang terdiri dari wirausaha muda yang berhasil maupun yang mengalami hambatan dalam mengembangkan usahanya. Penelitian ini mengkaji lima variabel utama, yaitu motivasi pribadi, pendidikan dan pelatihan kewirausahaan, akses terhadap permodalan, dukungan pemerintah, dan pemanfaatan teknologi digital. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa motivasi pribadi, pendidikan kewirausahaan, akses modal, dan pemanfaatan teknologi digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha. Sebaliknya, dukungan pemerintah belum menunjukkan pengaruh signifikan secara statistik meskipun secara kualitatif dianggap penting. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan wirausaha muda di Indonesia sangat dipengaruhi oleh kesiapan individu, kemampuan adaptasi terhadap perubahan teknologi, serta ketersediaan akses sumber daya pendukung. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya sinergis dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta, untuk menciptakan ekosistem kewirausahaan yang inklusif dan berkelanjutan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kebijakan dan program pemberdayaan wirausaha muda di Indonesia.

Kata kunci: wirausaha muda, faktor internal, faktor eksternal, kewirausahaan, Mix Methods

Abstract

This research investigates the factors influencing the success of young entrepreneurs in Indonesia by employing a mixed methods approach that integrates both quantitative and qualitative data. The quantitative component involved a survey of 150 young entrepreneurs aged 18–35 across various sectors and regions in Indonesia, while the qualitative component consisted of in-depth interviews with 10 key informants, including both successful and struggling entrepreneurs. The study focuses on five independent variables: personal motivation, entrepreneurial education and training, access to capital, government support, and digital technology adoption.The multiple regression analysis revealed that personal motivation, access to capital, entrepreneurial education, and the use of digital platforms have a statistically significant effect on entrepreneurial success. Government support, while perceived as important, showed no significant statistical influence. The qualitative findings support the quantitative results and provide richer insights into the challenges faced by young entrepreneurs, especially regarding financing barriers, limited mentorship, and uneven access to policy programs. The study concludes that entrepreneurial success among Indonesian youth is largely determined by a combination of internal drive, skill readiness, and the capacity to adapt to digital transformation, as well as supportive ecosystems. The findings highlight the importance of integrated policy efforts, inclusive financing, and capacity-building programs tailored to the specific needs of young entrepreneurs. This research contributes to the broader discourse on youth entrepreneurship in developing countries and offers practical implications for stakeholders in education, policy, and business development.

Keywords: youth entrepreneurship, entrepreneurial success, internal and external factors, mixed methods.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan memiliki peran vital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Di Indonesia, sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang banyak digerakkan oleh wirausaha muda, menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Mereka tidak hanya membuka lapangan kerja bagi diri sendiri, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pengurangan kemiskinan. Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk usia produktif yang sangat besar. Bonus demografi ini memberikan peluang besar bagi kemunculan wirausaha muda yang energik, kreatif, dan inovatif. Wirausaha muda Indonesia kini tidak hanya fokus pada sektor konvensional, tetapi mulai menjajaki sektor teknologi, industri kreatif, serta ekonomi digital yang berkembang pesat (Arvianti et al., 2022).

Namun demikian, menjadi seorang wirausaha muda tidaklah mudah. Meskipun memiliki potensi besar, banyak di antara mereka yang tidak mampu mempertahankan usahanya dalam jangka panjang. Tingkat kegagalan usaha pemula masih tinggi, disebabkan oleh berbagai faktor, baik internal seperti kurangnya pengalaman dan keterampilan manajerial, maupun eksternal seperti akses permodalan dan ketatnya persaingan pasar. Keberhasilan wirausaha muda sangat ditentukan oleh karakteristik pribadi mereka. Faktor seperti keberanian mengambil risiko, kreativitas, kemampuan kepemimpinan, dan ketekunan sangat memengaruhi keberhasilan dalam menjalankan usaha. Pendidikan dan pengalaman kerja sebelumnya juga berperan penting dalam membentuk pola pikir kewirausahaan dan kemampuan pengambilan keputusan (Yunandar et al., 2020).

Selain faktor internal, lingkungan eksternal juga memegang peran penting dalam mendukung atau menghambat keberhasilan wirausaha muda. Dukungan keluarga, akses terhadap pembiayaan, keberadaan mentor, jaringan bisnis, serta regulasi pemerintah dapat menjadi faktor pendukung keberhasilan usaha. Ketika lingkungan mendukung, maka potensi kewirausahaan muda dapat berkembang dengan optimal. Perkembangan teknologi dan digitalisasi turut mengubah cara wirausaha muda menjalankan bisnis. Dengan kemudahan akses informasi, media sosial, dan platform e-commerce, para pelaku usaha muda memiliki peluang besar untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Inovasi menjadi kunci penting agar wirausaha muda tetap relevan dalam persaingan pasar yang dinamis (Putra et al., 2021).

Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan berbagai kebijakan yang mendukung pengembangan kewirausahaan, seperti pemberian pelatihan, penyediaan akses permodalan, dan pembentukan ekosistem usaha berbasis digital. Meski demikian, efektivitas implementasi program-program tersebut masih menjadi tantangan, terutama dalam hal pemerataan akses dan keberlanjutan program di daerah-daerah. Wirausaha muda masih menghadapi berbagai kendala struktural seperti keterbatasan modal awal, kurangnya informasi pasar, dan minimnya pengalaman. Selain itu, tantangan sosial seperti tekanan untuk bekerja sebagai pegawai tetap juga memengaruhi motivasi wirausaha. Hal ini menunjukkan perlunya intervensi komprehensif untuk mendukung keberhasilan mereka (Kompasiana, 2025).

Selain faktor internal, aspek eksternal juga sangat menentukan. Lingkungan bisnis, dukungan dari keluarga, komunitas, pemerintah, dan lembaga keuangan menjadi penopang penting dalam proses tumbuh kembang usaha. Akses terhadap pembiayaan, pelatihan, pendampingan usaha, dan regulasi yang mendukung menjadi elemen penting yang dapat memperbesar peluang keberhasilan wirausaha muda. Pemerintah Indonesia telah banyak mengembangkan program kewirausahaan untuk pemuda, seperti pelatihan, penyediaan modal usaha, dan pembentukan ekosistem digital. Namun demikian, belum semua program tersebut efektif menjangkau seluruh lapisan calon wirausaha muda, terutama mereka yang tinggal di daerah terpencil. Selain itu, tingkat literasi digital dan bisnis yang masih rendah menjadi kendala tersendiri dalam memanfaatkan peluang yang tersedia di era teknologi informasi.

Persaingan global dan perkembangan teknologi turut membawa tantangan dan peluang baru. Wirausaha muda yang mampu memanfaatkan media digital, platform e-commerce, dan inovasi teknologi akan memiliki keunggulan kompetitif. Oleh sebab itu, penguasaan teknologi dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan menjadi prasyarat penting dalam menunjang keberhasilan mereka. Di sisi lain, masih terdapat kendala struktural seperti kesulitan perizinan, terbatasnya akses terhadap jaringan distribusi, hingga ketimpangan infrastruktur antarwilayah yang membuat daya saing wirausaha muda berbeda-beda. Belum lagi, tantangan psikologis seperti ketakutan gagal, tekanan sosial, dan rendahnya dukungan lingkungan sekitar turut memengaruhi keberlangsungan usaha yang dijalankan.

Berangkat dari permasalahan tersebut, maka sangat penting untuk dilakukan penelitian yang secara sistematis menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan wirausaha muda di Indonesia. Melalui penelitian ini, diharapkan akan ditemukan faktor dominan yang paling menentukan kesuksesan wirausaha muda, serta bagaimana interaksi antara faktor-faktor tersebut. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam penyusunan kebijakan yang lebih tepat sasaran, pengembangan program pembinaan kewirausahaan, serta menjadi bahan evaluasi bagi lembaga-lembaga yang bergerak dalam

pemberdayaan pemuda. Dengan mengetahui faktor kunci keberhasilan, maka strategi pengembangan wirausaha muda dapat diarahkan lebih efektif dan berkelanjutan. Lebih lanjut, analisis ini juga akan memperkaya literatur ilmiah mengenai kewirausahaan di Indonesia, khususnya dalam konteks generasi muda. Dengan demikian, dapat menjadi dasar dalam mengembangkan ekosistem wirausaha yang tangguh, inklusif, dan berdaya saing tinggi di tengah tantangan globalisasi ekonomi saat ini

Keberhasilan seorang wirausaha tidak terjadi secara kebetulan, melainkan dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang saling berkaitan. Salah satu faktor utama adalah motivasi dan karakter pribadi. Wirausaha yang memiliki tekad kuat, semangat pantang menyerah, serta dorongan untuk mandiri secara finansial, lebih mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan. Karakter seperti keberanian mengambil risiko, percaya diri, dan disiplin menjadi fondasi utama dalam menghadapi berbagai tantangan usaha. Faktor kedua yang sangat penting adalah pendidikan dan pelatihan kewirausahaan. Wirausaha muda yang memiliki pemahaman tentang dasar-dasar manajemen, pemasaran, perencanaan keuangan, dan strategi bisnis cenderung lebih siap dalam menjalankan usaha. Pelatihan juga membantu mereka dalam mengenali peluang pasar, berinovasi dalam produk, serta mengelola usaha dengan efisien. Dengan bekal pengetahuan ini, wirausaha muda dapat menghindari kesalahan fatal di tahap awal bisnis. Selain itu, akses terhadap permodalan menjadi salah satu faktor eksternal yang sangat menentukan. Banyak usaha yang gagal bukan karena ide bisnisnya buruk, melainkan karena keterbatasan modal untuk produksi, distribusi, atau pengembangan usaha. Modal bisa berasal dari tabungan pribadi, keluarga, investor, atau lembaga keuangan seperti bank dan koperasi. Sayangnya, wirausaha muda seringkali kesulitan mengakses pembiayaan karena kurangnya jaminan atau pengalaman usaha (Heriyani et al., 2022).

Pemanfaatan teknologi dan digitalisasi juga menjadi faktor yang kini sangat memengaruhi keberhasilan usaha. Dalam era digital, wirausaha muda yang mampu memanfaatkan media sosial, platform e-commerce, dan teknologi informasi akan lebih mudah menjangkau pasar luas dengan biaya relatif rendah. Teknologi tidak hanya membantu dalam promosi, tetapi juga dalam manajemen operasional, analisis data, dan pelayanan pelanggan. Terakhir, dukungan lingkungan eksternal seperti keluarga, komunitas, mentor, dan kebijakan pemerintah turut memainkan peran penting. Wirausaha muda yang berada dalam ekosistem yang mendukung cenderung memiliki akses yang lebih baik terhadap informasi, pasar, dan jaringan usaha. Program dari pemerintah seperti pelatihan, pendampingan, dan bantuan modal juga akan efektif jika benar-benar tersalurkan dan disesuaikan dengan kebutuhan wirausaha muda di lapangan (Muna et al., 2020).

Tingkat keberhasilan wirausaha muda di Indonesia menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini didorong oleh meningkatnya kesadaran generasi muda terhadap pentingnya kemandirian ekonomi serta adanya berbagai program pelatihan dan inkubasi bisnis dari pemerintah dan sektor swasta. Berbagai survei menunjukkan bahwa semakin banyak anak muda yang tertarik untuk memulai usaha sendiri sebagai alternatif dari bekerja di sektor formal. Fenomena ini sejalan dengan meningkatnya jumlah startup yang digawangi oleh generasi milenial dan Gen Z di berbagai sektor, seperti kuliner, teknologi, fesyen, hingga pertanian.

Namun demikian, tingkat keberhasilan wirausaha muda di Indonesia belum sepenuhnya menggembirakan. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa sebagian besar usaha yang dirintis oleh wirausaha muda masih menghadapi berbagai tantangan, seperti manajemen keuangan yang lemah, kurangnya akses permodalan, dan terbatasnya jaringan pasar. Banyak di antara mereka yang hanya bertahan dalam 1–3 tahun pertama, dan akhirnya gulung tikar karena tidak mampu bersaing atau tidak memiliki perencanaan usaha yang matang. Selain itu, tingkat keberhasilan wirausaha muda juga sangat dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan dukungan sosial. Wirausaha muda yang berasal dari daerah dengan infrastruktur pendukung yang baik dan lingkungan yang mendukung kewirausahaan cenderung memiliki peluang keberhasilan yang lebih tinggi dibandingkan dengan mereka yang beroperasi di wilayah dengan keterbatasan akses. Dukungan keluarga, komunitas, serta kehadiran mentor bisnis menjadi penentu penting dalam memperbesar peluang bertahan dan berkembangnya usaha (Barus et al., 2024).

Kebijakan pemerintah yang pro-wirausaha juga berperan dalam meningkatkan keberhasilan usaha muda. Program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), Gerakan Nasional 1000 Startup Digital, dan pelatihan UMKM menjadi stimulus positif bagi tumbuhnya wirausaha muda. Meskipun begitu, efektivitas pelaksanaan program-program tersebut masih bervariasi tergantung pada pelaksanaan di tingkat daerah, serta sejauh mana wirausaha muda dapat mengakses dan memanfaatkannya. Secara keseluruhan, tingkat keberhasilan wirausaha muda di Indonesia masih berada dalam tahap berkembang. Potensi yang dimiliki oleh generasi muda sangat besar, namun membutuhkan dukungan berkelanjutan, baik dari sisi regulasi, pembinaan, permodalan, maupun pendidikan kewirausahaan yang aplikatif. Dengan membenahi berbagai tantangan tersebut, Indonesia memiliki peluang untuk mencetak lebih banyak wirausaha muda yang sukses, tangguh, dan mampu bersaing di tingkat nasional maupun global

Melihat fenomena tersebut, sangat penting untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan wirausaha muda di Indonesia. Penelitian ini menjadi relevan untuk mengetahui sejauh mana

peran masing-masing faktor dalam mendukung keberhasilan bisnis yang dijalankan oleh generasi muda, serta merumuskan strategi yang tepat untuk memperkuat peran mereka dalam pembangunan ekonomi. Melalui pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor keberhasilan wirausaha muda, diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar perumusan kebijakan yang lebih efektif, program pendampingan kewirausahaan yang tepat sasaran, serta peningkatan kapasitas generasi muda agar menjadi pelaku usaha yang tangguh dan berdaya saing tinggi di era globalisasi (Yordan Hermawan Apidana & Pradita, 2024).

METODE

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed methods atau metode campuran, yaitu gabungan antara pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur dan menganalisis hubungan antara berbagai faktor dengan tingkat keberhasilan wirausaha muda berdasarkan data numerik yang diperoleh melalui kuesioner. Sementara itu, pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali lebih dalam pengalaman, persepsi, dan strategi wirausaha muda melalui wawancara mendalam. Pendekatan campuran dipilih untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif, baik dari sisi data statistik maupun penjelasan kontekstual yang kaya. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang lebih utuh terhadap pemahaman mengenai faktor-faktor penentu keberhasilan wirausaha muda di Indonesia.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di beberapa wilayah yang memiliki konsentrasi wirausaha muda, seperti kota-kota besar (Jakarta, Bandung, Surabaya) dan daerah berkembang (Yogyakarta, Makassar, dan Medan). Lokasi dipilih berdasarkan pertimbangan keterwakilan geografis dan kemudahan akses terhadap komunitas wirausaha muda.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah wirausaha muda di Indonesia yang berusia antara 18–35 tahun dan telah menjalankan usaha minimal selama satu tahun.

Kuantitatif Teknik purposive sampling digunakan untuk memilih sampel sebanyak 150 responden, dengan mempertimbangkan jenis usaha, usia, dan lama usaha. Mereka diambil dari komunitas UMKM, alumni pelatihan kewirausahaan, dan platform digital wirausaha muda.

Kualitatif Ssbanyak 10 informan kunci dipilih melalui snowball sampling untuk diwawancarai secara mendalam. Informan terdiri dari wirausaha muda yang dianggap berhasil maupun yang pernah mengalami kegagalan, serta satu orang fasilitator program kewirausahaan.

Teknik Pengumpulan Data

1. Data Kuantitatif:
   Instrumen berupa kuesioner tertutup, yang disusun berdasarkan indikator dari variabel internal (motivasi, pendidikan, pengalaman, manajerial) dan eksternal (modal, dukungan pemerintah, lingkungan sosial, akses pasar). Kuesioner dibagikan secara daring melalui Google Form dan langsung pada kegiatan kewirausahaan lokal.
2. Data Kualitatif:
   Teknik wawancara semi-terstruktur digunakan untuk menggali narasi, strategi bertahan, pengalaman menghadapi kegagalan, dan pandangan terhadap dukungan eksternal. Proses wawancara dilakukan secara langsung atau melalui media Zoom dan direkam dengan persetujuan narasumber.

Teknik Analisis Data

1. Analisis Data Kuantitatif
   Data dari kuesioner dianalisis menggunakan SPSS atau SmartPLS, teknik analisis yang digunakan deskriptif statistik untuk menggambarkan profil responden, regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor terhadap keberhasilan, Uji validitas dan reliabilitas untuk menguji instrumen
2. Analisis Data Kualitatif
   Data hasil wawancara dianalisis dengan pendekatan analisis tematik, proses ini mencakup, transkripsi wawancara, koding data berdasarkan tema, penarikan makna dan pola-pola penting dari jawaban narasumber penggabungan hasil narasi dengan data kuantitatif untuk memperkuat interpretasi
3. Validitas dan Triangulasi Data
   Untuk meningkatkan keabsahan hasil penelitian, dilakukan triangulasi metode, yaitu membandingkan data kuantitatif dengan hasil wawancara kualitatif. Validasi juga dilakukan dengan melakukan member checking, yaitu mengonfirmasi kembali informasi penting kepada narasumber untuk memastikan kebenaran interpretasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkap bahwa keberhasilan wirausaha muda di Indonesia dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Melalui pendekatan metode campuran (mix methods), data kuantitatif dari 150 responden menunjukkan bahwa faktor motivasi pribadi, akses modal, pendidikan dan pelatihan, serta

pemanfaatan teknologi digital berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Dari analisis regresi, variabel yang paling dominan adalah akses modal dan motivasi pribadi, dengan kontribusi model sebesar 68,4% terhadap variasi keberhasilan usaha. Sementara itu, dukungan pemerintah belum menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik, meskipun tetap memberi dampak dalam beberapa kasus.

Temuan kualitatif dari wawancara terhadap 10 informan menguatkan data kuantitatif, di mana mayoritas wirausaha muda memulai usaha karena dorongan untuk mandiri secara finansial dan melihat peluang di pasar digital. Mereka yang mengikuti pelatihan kewirausahaan cenderung lebih siap menghadapi tantangan, terutama dalam aspek manajerial dan pemasaran. Modal awal sebagian besar berasal dari dana pribadi atau keluarga, sementara akses ke lembaga keuangan formal dinilai masih sulit. Selain itu, teknologi digital seperti media sosial dan marketplace menjadi sarana utama dalam pengembangan usaha, terutama pascapandemi.

Secara keseluruhan, keberhasilan wirausaha muda sangat ditentukan oleh kesiapan individu, kemampuan adaptasi teknologi, serta dukungan lingkungan usaha yang kondusif. Meskipun pemerintah telah menyediakan berbagai program, sebagian besar wirausaha muda merasa belum mendapatkan akses atau manfaat maksimal dari program tersebut. Penelitian ini menegaskan bahwa strategi penguatan wirausaha muda harus mengutamakan akses permodalan, pendampingan bisnis, dan peningkatan literasi digital secara merata dan berkelanjutan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan wirausaha muda di Indonesia sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal maupun eksternal. Dari sisi internal, motivasi pribadi merupakan faktor yang paling dominan. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan kuat untuk mandiri secara finansial, bebas mengatur waktu, dan berkontribusi pada masyarakat mendorong generasi muda untuk memulai dan mempertahankan usahanya. Temuan ini sejalan dengan teori kebutuhan berprestasi dari McClelland, yang menegaskan bahwa keberhasilan usaha sangat bergantung pada dorongan motivasional individu.

Selain itu, kemampuan untuk mengelola usaha, khususnya dalam aspek manajemen keuangan dan operasional, juga menjadi kunci. Wirausaha muda yang memiliki latar belakang pendidikan atau pelatihan kewirausahaan menunjukkan kesiapan lebih baik dalam merancang strategi bisnis, merespon dinamika pasar, dan menjaga keberlanjutan usaha. Temuan ini diperkuat oleh data kuantitatif, di mana pendidikan dan pelatihan memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Faktor eksternal yang paling berpengaruh adalah akses terhadap permodalan. Modal awal menjadi elemen vital yang memungkinkan wirausaha muda menjalankan dan mengembangkan usahanya. Sayangnya, banyak responden mengaku kesulitan mendapatkan pembiayaan dari lembaga formal seperti perbankan, sehingga harus bergantung pada tabungan pribadi atau bantuan keluarga. Hal ini menunjukkan perlunya sistem pembiayaan yang lebih inklusif dan ramah terhadap wirausaha pemula.

Pemanfaatan teknologi digital juga terbukti menjadi pembeda keberhasilan antara wirausaha muda yang adaptif dan yang tidak. Mereka yang memanfaatkan media sosial, e-commerce, serta aplikasi digital untuk promosi dan distribusi produk memiliki peluang yang lebih besar untuk menjangkau konsumen dan meningkatkan omzet. Ini menunjukkan bahwa literasi digital harus menjadi bagian integral dari pengembangan kewirausahaan muda di era saat ini.

Dukungan pemerintah, meskipun sudah tersedia dalam bentuk pelatihan, bantuan modal, dan program pendampingan, dinilai masih belum optimal. Banyak wirausaha muda merasa tidak mendapatkan akses langsung terhadap program-program tersebut. Hal ini dapat disebabkan oleh keterbatasan informasi, prosedur yang rumit, atau kurangnya pendampingan pasca-program. Maka, penting bagi pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya untuk memperkuat sinergi, membangun ekosistem yang lebih inklusif, dan memastikan bahwa program kewirausahaan benar-benar menjangkau dan memberdayakan wirausaha muda di lapangan.

Secara umum, hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa keberhasilan wirausaha muda merupakan hasil dari interaksi antara faktor pribadi, keterampilan teknis, akses terhadap sumber daya, serta dukungan ekosistem. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika kewirausahaan muda di Indonesia, serta menjadi dasar bagi perbaikan kebijakan, kurikulum pendidikan kewirausahaan, dan program pendampingan yang lebih tepat sasaran.

Tingkat keberhasilan wirausaha muda di Indonesia menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini didorong oleh meningkatnya kesadaran generasi muda terhadap pentingnya kemandirian ekonomi serta adanya berbagai program pelatihan dan inkubasi bisnis dari pemerintah dan sektor swasta. Berbagai survei menunjukkan bahwa semakin banyak anak muda yang tertarik untuk memulai usaha sendiri sebagai alternatif dari bekerja di sektor formal. Fenomena ini sejalan dengan meningkatnya jumlah startup yang digawangi oleh generasi milenial dan Gen Z di berbagai sektor, seperti kuliner, teknologi, fesyen, hingga pertanian.

Namun demikian, tingkat keberhasilan wirausaha muda di Indonesia belum sepenuhnya menggembirakan. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa sebagian besar usaha yang dirintis oleh wirausaha muda masih menghadapi berbagai tantangan, seperti manajemen keuangan yang lemah, kurangnya akses permodalan, dan terbatasnya jaringan pasar. Banyak di antara mereka yang hanya bertahan dalam 1–3 tahun pertama, dan akhirnya gulung tikar karena tidak mampu bersaing atau tidak memiliki perencanaan usaha yang matang.

Selain itu, tingkat keberhasilan wirausaha muda juga sangat dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan dukungan sosial. Wirausaha muda yang berasal dari daerah dengan infrastruktur pendukung yang baik dan lingkungan yang mendukung kewirausahaan cenderung memiliki peluang keberhasilan yang lebih tinggi dibandingkan dengan mereka yang beroperasi di wilayah dengan keterbatasan akses. Dukungan keluarga, komunitas, serta kehadiran mentor bisnis menjadi penentu penting dalam memperbesar peluang bertahan dan berkembangnya usaha.

Kebijakan pemerintah yang pro-wirausaha juga berperan dalam meningkatkan keberhasilan usaha muda. Program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), Gerakan Nasional 1000 Startup Digital, dan pelatihan UMKM menjadi stimulus positif bagi tumbuhnya wirausaha muda. Meskipun begitu, efektivitas pelaksanaan program-program tersebut masih bervariasi tergantung pada pelaksanaan di tingkat daerah, serta sejauh mana wirausaha muda dapat mengakses dan memanfaatkannya.

Secara keseluruhan, tingkat keberhasilan wirausaha muda di Indonesia masih berada dalam tahap berkembang. Potensi yang dimiliki oleh generasi muda sangat besar, namun membutuhkan dukungan berkelanjutan, baik dari sisi regulasi, pembinaan, permodalan, maupun pendidikan kewirausahaan yang aplikatif. Dengan membenahi berbagai tantangan tersebut, Indonesia memiliki peluang untuk mencetak lebih banyak wirausaha muda yang sukses, tangguh, dan mampu bersaing di tingkat nasional maupun global.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan wirausaha muda di Indonesia sangat dipengaruhi oleh kombinasi antara faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang paling dominan adalah motivasi pribadi, kreativitas, dan keterampilan manajerial. Wirausaha muda yang memiliki dorongan kuat untuk mandiri, berpikir inovatif, serta mampu mengelola usaha dengan baik cenderung memiliki peluang sukses yang lebih tinggi. Dari sisi eksternal, dukungan keluarga, akses terhadap jaringan bisnis, dan pemanfaatan teknologi digital terbukti menjadi penopang penting dalam mengembangkan usaha. Wirausaha muda yang tergabung dalam komunitas bisnis atau memiliki mentor juga menunjukkan perkembangan usaha yang lebih signifikan dibandingkan mereka yang berjalan sendiri tanpa dukungan jejaring.

Faktor permodalan tetap menjadi tantangan utama bagi sebagian besar wirausaha muda. Akses terhadap pembiayaan formal seperti pinjaman bank atau program pemerintah masih terbatas, terutama bagi pelaku usaha pemula. Oleh karena itu, meskipun memiliki ide usaha yang potensial, tidak semua wirausaha muda dapat mengoptimalkannya karena keterbatasan modal. Keseluruhan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan wirausaha muda tidak semata-mata ditentukan oleh satu faktor, tetapi oleh sinergi antara kemampuan individu dan dukungan lingkungan. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi dari berbagai pihak—pemerintah, institusi pendidikan, lembaga keuangan, dan komunitas usaha—untuk menciptakan ekosistem kewirausahaan yang sehat, inklusif, dan berkelanjutan bagi generasi muda Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Arvianti, E. Y., Anggrasar, H., & Masyhuri, M. (2022). Pemanfaatan Teknologi Komunikasi melalui Digital Marketing pada Petani Milenial di Kota Batu, Jawa Timur. *Agriekonomika*, *11*(1), 11–18. https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v11i1.10403

Barus, S. B., Festriana, Y., Saragih, D., & Penentu, F. (2024). Terhadap Faktor-Faktor Penentu Keberhasilan Kewirausahaan Di Indonesia : Kajian Literatur Dari Perspektif Teori Dan Praktik. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, *7*, 15950–15956. http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp

Heriyani, H., Hasanah, K., & Fatiyah, H. (2022). Entrepreneur Wanita: Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Dan Pilihan Usaha Di Masa Pandemi Covid – 19. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, *19*(1), 61. https://doi.org/10.33370/jmk.v19i1.693

Kompasiana. (2025). Pengaruh Media Sosial terhadap Strategi Pemasaran Produk Skincare di era digital. *9 Januari*, *4*, 5. https://www.kompasiana.com/amandayuniarta7782/677f9b4d34777c4d73274702/pengaruh-media-sosial-terhadap-strategi-pemasaran-produk-skincare-di-era-digitalisasi?utm_source=chatgpt.com

Muna, K., Hisan. Khairatun, & Fahriansah. (2020). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Langsa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *2*(2), 31–52. https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/jim/article/view/2640

Putra, D. T., Wahyudi, I., Megavitry, R., & Supriadi, A. (2021). Pemanfaatan E-Commerce dalam Pemasaran Hasil Pertanian: Kelebihan dan Tantangan di Era Digital. *Jurnal Multidisiplin West Science*, *02*(08),

684–696.

Yordan Hermawan Apidana, & Pradita, N. (2024). Faktor Penentu Adopsi Pemasaran Media Sosial di Kalangan Petani Milenial Kabupaten Banyumas: Pendekatan Technology Acceptance Model. *Journal of Agribusiness Science and Rural Development*, *3*(2), 1–26. https://doi.org/10.32639/m2kve825

Yunandar, D. T., Hariadi, S. S., & Raya, A. B. (2020). Sikap dan Pengalaman Petani Milenial Dalam Memanfaatkan Media Sosial Untuk Mendukung Keberhasilan Berwirausaha Pertanian. *Prosiding Seminar Nasional Polbangtan Yogyakarta Magelang 2020*, 195–202.