

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BERBASIS TEKNOLOGI BAGI WIRAUSAHA MUDA

Qarinaturrahmah Siregar ^{*1}
Muthia Latifah ²
Jeremia Renhard Tampubolon ³
Nurul Khalila Pohan ⁴
Intan Sari ⁵
Raihana Syahira ⁶

^{1,2,3,4,5,6} Program Studi Manajemen Bisnis, Jurusan Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Medan, Indonesia

*e-mail: intansari290707@gmail.com¹, jerertb@gmail.com², muthia7002@gmail.com³,
nurulkhalilapohan@gmail.com⁴, qarinaturrahmahs@gmail.com⁵, raihanasyahiram3m2025@gmail.com⁶

Abstrak

Perkembangan teknologi digital di era transformasi industri mendorong perubahan signifikan dalam pola dan strategi bisnis, termasuk bagi wirausaha muda. Teknologi tidak hanya menjadi pendukung, tetapi juga fondasi penting dalam pemasaran, operasional, dan pengembangan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan teknologi oleh wirausaha muda, mengidentifikasi hambatan yang mereka hadapi, serta merumuskan strategi pengembangan usaha berbasis teknologi yang efektif. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, melibatkan lima wirausaha muda berusia 19–32 tahun yang telah menjalankan usaha berbasis teknologi minimal satu tahun. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi dilakukan dalam berbagai aspek, seperti pemasaran digital melalui Instagram, TikTok, dan marketplace; manajemen operasional menggunakan aplikasi kasir, Trello, dan Google Business; serta penguatan branding melalui konten digital. Namun, para wirausaha muda masih menghadapi hambatan berupa rendahnya literasi digital, keterbatasan kemampuan editing konten, perubahan algoritma media sosial, serta keterbatasan modal untuk iklan digital. Strategi pengembangan usaha yang ditemukan meliputi konsistensi pembuatan konten, peningkatan kompetensi digital melalui pelatihan mandiri, serta pemilihan platform digital yang sesuai dengan jenis usaha.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa teknologi memiliki peran sentral dalam pengembangan usaha wirausaha muda, tetapi efektivitasnya sangat bergantung pada kemampuan literasi digital, kreativitas, serta strategi adaptif yang diterapkan. Optimalisasi kompetensi digital dan pemanfaatan platform yang tepat menjadi kunci keberhasilan wirausaha muda dalam menghadapi persaingan di era ekonomi digital.

Kata kunci: kewirausahaan teknologi, pengembangan usaha, strategi bisnis, teknologi digital, wirausaha muda.

Abstract

The development of digital technology in the era of industrial transformation has driven significant changes in business patterns and strategies, including for young entrepreneurs. Technology is not only a support but also a crucial foundation for marketing, operations, and business development. This study aims to analyze the use of technology by young entrepreneurs, identify the obstacles they face, and formulate effective technology-based business development strategies. The study used a qualitative approach with descriptive methods, involving five young entrepreneurs aged 19–32 who had been running technology-based businesses for at least one year. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation, then analyzed using the Miles, Huberman, and Saldaña model.

The research results show that technology is being utilized in various aspects, such as digital marketing through Instagram, TikTok, and marketplaces; operational management using cashier applications, Trello, and Google Business; and strengthening branding through digital content. However, young entrepreneurs still face obstacles such as low digital literacy, limited content editing skills, changes in social media algorithms, and limited capital for digital advertising. Business development strategies identified include consistent content creation, improving digital competency through independent training, and selecting digital platforms appropriate to their business type.

This study concludes that technology plays a central role in the development of young entrepreneurs, but its effectiveness depends heavily on digital literacy, creativity, and adaptive strategies. Optimizing digital competencies and utilizing appropriate platforms are key to young entrepreneurs' success in facing competition in the digital economy.

Keywords: business development, business strategy, digital technology, technopreneurship, young entrepreneurs

PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan pesat teknologi digital di era globalisasi ini, pola bisnis mengalami transformasi fundamental. Teknologi tidak lagi hanya sebagai pelengkap, melainkan telah menjadi fondasi penting bagi model usaha modern membuka peluang luas bagi siapa saja untuk berwirausaha, termasuk generasi muda. Bagi banyak pemuda, teknologi digital membuka pintu lebar: tanpa harus memiliki modal besar atau lokasi fisik mewah, mereka bisa memulai usaha melalui media sosial, marketplace, atau platform online lainnya (Wulamdari & Nugroho, 2022). Khususnya di kalangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), adopsi teknologi digital dapat menjadi katalis pertumbuhan sekaligus daya saing. Studi terkini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi secara signifikan mendorong keberhasilan usaha terutama apabila pelaku usaha memiliki “kompetensi digital” yang memadai.

Artinya, tidak cukup hanya memiliki akses ke teknologi: kemampuan mengelola, menggunakan, dan memanfaatkan teknologi dengan efektif menjadi kunci. Bagi wirausaha muda dengan latar belakang pendidikan, energi, dan kreativitas era digital menawarkan sebuah kesempatan emas. Penelitian di Indonesia menemukan bahwa elemen seperti inovasi, strategi, pengalaman, dan terutama teknologi, berperan penting bagi kesuksesan wirausaha muda di zaman yang terus berkembang (Santoso, 2021). Dalam konteks ini, “technopreneurship” yaitu kewirausahaan yang memanfaatkan dan berbasis teknologi menjadi strategi adaptif yang relevan. Namun, sekalipun peluang itu besar, tidak semua wirausaha muda mampu memanfaatkan teknologi secara optimal. Hambatan seperti rendahnya literasi digital, kurangnya pengetahuan manajemen bisnis berbasis teknologi, keterbatasan modal, serta tantangan kompetisi digital menjadi fakta yang tidak bisa diabaikan (Hidayat, 2020).

Oleh karena itu, pengembangan usaha berbasis teknologi bagi wirausaha muda membutuhkan strategi yang sistematis bukan hanya sekadar memasang toko online, melainkan juga meningkatkan kompetensi digital, pemasaran digital, pengelolaan operasional dan keuangan berbasis teknologi, serta membangun mental dan orientasi technopreneur (Putri & Wijaya, 2019). Dengan melihat realitas tersebut peluang besar sekaligus tantangan nyata penelitian tentang “Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi bagi Wirausaha Muda” menjadi sangat relevan. Studi ini diharapkan memberikan kontribusi nyata: membantu merumuskan strategi yang tepat agar wirausaha muda dapat memanfaatkan teknologi secara optimal, meningkatkan daya saing usaha, dan mendorong keberhasilan usaha secara berkelanjutan sekaligus mendukung dinamika ekonomi dan sosial di era digital.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan teknologi dilakukan oleh wirausaha muda dalam mengembangkan usaha yang mereka jalankan, hambatan apa saja yang mereka hadapi dalam menerapkan teknologi pada kegiatan usahanya, serta strategi apa yang dapat diterapkan untuk mengoptimalkan pengembangan usaha berbasis teknologi bagi para wirausaha muda.

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah dirumuskan, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana wirausaha muda memanfaatkan teknologi dalam proses pengembangan usahanya, mengidentifikasi berbagai hambatan yang mereka alami dalam

penerapan teknologi, serta merumuskan strategi pengembangan usaha berbasis teknologi yang efektif bagi wirausaha muda.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif karena bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena strategi pengembangan usaha berbasis teknologi yang dilakukan oleh wirausaha muda. Mengacu pada pendapat Sugiyono (2019) yang menyatakan bahwa penelitian kualitatif digunakan untuk memahami perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan subjek secara holistik melalui deskripsi kata-kata pada konteks yang alamiah, pendekatan ini memungkinkan peneliti menggali secara mendalam pengalaman, tantangan, serta strategi yang diterapkan oleh wirausaha muda dalam memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan usahanya. Perkembangan teknologi yang semakin pesat menuntut kita untuk menguasai IT dalam meningkatkan sertamengembangkan kemampuan dalam menciptakan peluang usaha,serta dapat menggunakan media sosial sebagai pendukung dalam memulai usaha (Coyanda, 2021)

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Bagian ini menyajikan hasil wawancara mendalam terhadap lima informan yang merupakan wirausaha muda berusia 19–32 tahun yang menjalankan usaha berbasis teknologi. Setiap informan telah menggunakan teknologi digital dalam kegiatan usahanya, seperti pemasaran digital, marketplace, aplikasi keuangan, dan sistem manajemen operasional.

PROFIL SINGKAT INFORMAN

Kode Informan	Usia	Jenis Usaha	Lama usaha	Teknologi yang digunakan
I1	25	Fashion Online	2 tahun	Instagram, TikTok Shop, Canva, Shopee
I2	23	Kuliner	1,5 tahun	GoFood, GrabFood, Instagram Ads
I3	29	Jasa desain grafis	3 tahun	Website portfolio, WhatsApp Business, Trello
I4	21	Kerajinan handmade	2 tahun	Marketplace, CapCut, TikTok
I5	32	Barbershop & grooming	4 tahun	Google Business, aplikasi kasir digital, Instagram

TEMUAN UTAMA PENELITIAN

Temuan disajikan berdasarkan tiga fokus rumusan masalah:

- (1) pemanfaatan teknologi,
- (2) hambatan penggunaan teknologi,
- (3) strategi pengembangan usaha berbasis teknologi.

PEMANFAATAN TEKNOLOGI OLEH WIRAUSAHA MUDA

Temuan 1: Teknologi Membantu Pemasaran, Manajemen Pesanan, dan Branding

Kelima informan menyatakan bahwa teknologi digital menjadi bagian penting dari operasional usaha mereka.

I1 menjelaskan bagaimana media sosial menjadi pusat pemasaran:

"Saya jualan pakaian cuma lewat Instagram dan TikTok Shop. Dari situ pesanan masuk terus, bahkan lebih ramai daripada jualan offline." (I1, 2025)

I2 menambahkan bahwa platform kuliner digital mempermudah jangkauan pelanggan:

"Kalau tanpa GoFood dan GrabFood mungkin usaha saya nggak berkembang. Banyak pelanggan baru yang tahu dari aplikasi itu." (I2, 2025)

I3 menggunakan teknologi untuk manajemen operasional:

"Untuk mengatur project desain, saya pakai Trello dan Google Calendar. Jadi jadwalnya lebih rapi dan nggak ada yang kelewat." (I3, 2025)

Analisis Singkat

Hasil ini menunjukkan bahwa teknologi tidak hanya digunakan untuk pemasaran, tetapi juga berperan dalam *operational efficiency*, *branding*, dan *project management*. Temuan ini sejalan dengan penelitian bahwa teknologi digital meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing UMKM.

HAMBATAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI

Temuan 2: Minimnya Literasi Digital dan Keterbatasan Modal

Beberapa informan mengaku mengalami kesulitan dalam penggunaan teknologi tertentu.

I4 menyebut keterbatasan kemampuan editing konten:

"Saya tahu harus bikin video yang bagus di TikTok, tapi kemampuan edit saya masih kurang. Kadang hasilnya nggak maksimal." (I4, 2025)

I5 mengungkapkan kendala biaya untuk iklan digital:

"Kalau pasang iklan di Instagram Ads itu lumayan mahal. Jadi kadang saya stop dulu kalau lagi sepi pemasukan." (I5, 2025)

I2 mengatakan bahwa perubahan algoritma membuatnya harus terus belajar:

"Algoritma Instagram berubah-ubah. Kadang reels saya ramai, kadang sepi. Jadi harus adaptasi terus." (I2, 2025)

Analisis Singkat

Hambatan ini sesuai dengan kajian Mo, el. (2020) yang menyatakan bahwa rendahnya literasi digital menjadi salah satu penghalang terbesar bagi UMKM untuk memanfaatkan teknologi secara maksimal.

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BERBASIS TEKNOLOGI

Temuan 3: Optimalisasi Konten, Penguatan Kompetensi Digital, dan Pemanfaatan Platform yang Tepat

I1 menekankan pentingnya konsistensi konten:

"Saya upload konten setiap hari, minimal tiga kali. Ini bikin akun saya cepat berkembang." (I1, 2025)

I3 menyampaikan strategi meningkatkan keahlian teknologi:

"Saya ikut kursus online tentang desain dan digital marketing. Ini sangat membantu perkembangan usaha saya." (I3, 2025)

I5 menjelaskan pentingnya Google Business:

"Setelah saya optimalkan Google Business, pelanggan yang datang makin banyak karena mereka bisa lihat review dan lokasi jelas." (I5, 2025)

Analisis Singkat

Strategi yang dilakukan informan selaras dengan konsep *technopreneurship* yang menekankan peningkatan kompetensi digital, inovasi, dan optimalisasi teknologi (Noviaritanti, 2023)

PEMBAHASAN

Bagian pembahasan menghubungkan temuan penelitian dengan teori dan hasil riset terdahulu.

1. Pemanfaatan Teknologi dalam Pengembangan Usaha

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa semua informan menganggap teknologi sebagai elemen inti pengembangan usaha. Kutipan informan seperti yang disampaikan (I1) bahwa *"pesanan masuk lebih ramai lewat Instagram dan TikTok Shop"* menunjukkan bahwa teknologi menjadi penggerak utama pemasaran digital. Melalui pemanfaatan teknologi informasi, diharapkan dapat layanan publik yang lebih baik, peningkatan interaksi pemerintah-bisnis-industrimasyarakat (Ebenezer Gulo dkk., 2024)

Ini sejalan dengan teori digital entrepreneurship yang menyatakan bahwa teknologi memungkinkan efisiensi biaya, jangkauan pelanggan lebih luas, dan kecepatan layanan (Sunuantari, 2021).

2. Hambatan Wirausaha Muda dalam Menggunakan Teknologi

Temuan penelitian seperti kesulitan editing konten (I4) dan mahal biaya iklan (I5) mencerminkan bahwa teknologi bukan hanya peluang, tetapi juga tantangan. (Novita dkk., 2025) dalam studinya mencatat bahwa *"rasa takut terhadap kegagalan merupakan penghambat psikologis yang paling besar, khususnya bagi mahasiswa yang belum pernah mencoba berwirausaha sebelumnya."*

Hal ini mendukung temuan Putra (2021) bahwa kendala literasi digital dan biaya investasi digital menjadi faktor penghambat utama bagi UMKM muda. Di sisi lain, para pemuda dalam

komunitas menghadapi keterbatasan dalam hal pelatihan dan akses ke sumber daya teknologi yang memadai (Theodora dkk., 2024)

3. Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi

Strategi yang muncul dalam penelitian ini mencakup **konsistensi dalam membuat konten digital, pelaksanaan pelatihan serta peningkatan kompetensi digital, dan optimalisasi penggunaan platform Google Business maupun marketplace** sebagai upaya mendukung pengembangan usaha berbasis teknologi. Temuan ini menguatkan bahwa *capacity building* digital dan inovasi konten merupakan strategi penting untuk mempertahankan daya saing bisnis digital. Menariknya, pelaku usaha tidak hanya mengunggah foto produk, tetapi juga membuat konten dalam bentuk video singkat dengan sentuhan estetika, seperti menambahkan musik latar atau desain visual yang menarik (Ibrahim dkk., 2025)

Namun, perlu diingat bahwa kesuksesan usaha berbasis teknologi juga bergantung pada dukungan yang mereka terima dari pemerintah dan komunitas bisnis. Kerja sama yang kuat antara pelaku usaha, regulator, dan sektor keuangan sangat penting untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan (Rezky, 2023).

Sintesis Temuan

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi menjadi fondasi utama bagi usaha wirausaha muda, sementara hambatan paling signifikan yang mereka hadapi adalah rendahnya literasi digital dan tingginya biaya operasional teknologi. Untuk mengatasi tantangan tersebut, strategi yang dianggap efektif meliputi peningkatan kompetensi digital, konsistensi dalam pembuatan konten, serta pemilihan teknologi yang paling sesuai dengan bidang usaha yang dijalankan. Temuan-temuan ini mempertegas pentingnya pendidikan teknologi, pendampingan digital, serta akses pelatihan bagi wirausaha muda agar mereka dapat berkembang optimal di era digital.

KESIMPULAN

Penelitian mengenai *Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi bagi Wirausaha Muda* menunjukkan bahwa teknologi digital telah menjadi elemen fundamental dalam operasional dan pengembangan usaha yang dijalankan oleh wirausaha muda. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa teknologi tidak hanya berfungsi sebagai sarana pendukung, tetapi telah bertransformasi menjadi fondasi utama dalam berbagai aspek bisnis seperti pemasaran digital, manajemen pesanan, pengelolaan operasional, serta penguatan citra dan identitas usaha. Melalui platform seperti media sosial, marketplace, aplikasi kasir digital, hingga tools manajemen proyek, para wirausaha muda mampu meningkatkan efisiensi kerja, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat daya saing usaha.

Namun demikian, penelitian ini juga menyoroti bahwa pemanfaatan teknologi tidak sepenuhnya berjalan tanpa hambatan. Minimnya literasi digital, keterbatasan kemampuan dalam pengolahan konten, perubahan algoritma media sosial, serta keterbatasan modal untuk kebutuhan iklan digital menjadi tantangan utama yang dihadapi para informan. Hambatan ini menunjukkan bahwa penguasaan teknologi memerlukan proses pembelajaran berkelanjutan dan adaptasi yang konsisten, bukan hanya sekadar akses terhadap perangkat atau platform digital.

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menegaskan bahwa strategi pengembangan usaha berbasis teknologi yang efektif bagi wirausaha muda mencakup tiga hal utama. Pertama, optimalisasi konten digital melalui konsistensi unggahan, kualitas visual, serta pemanfaatan tren media sosial untuk menarik perhatian audiens. Kedua, peningkatan kompetensi digital melalui pelatihan, kursus daring, atau pembelajaran mandiri untuk memperkuat kemampuan teknis dan

manajerial berbasis teknologi. Ketiga, pemilihan platform digital yang paling relevan dengan karakteristik usaha, misalnya penggunaan Google Business untuk jasa layanan, marketplace untuk produk fisik, atau tools manajemen kerja bagi usaha berbasis jasa.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan wirausaha muda dalam mengembangkan usaha berbasis teknologi sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka untuk memanfaatkan teknologi secara strategis, mengatasi hambatan literasi dan modal, serta terus meningkatkan kapasitas digital sesuai perkembangan teknologi. Dengan strategi yang tepat, teknologi tidak hanya menjadi alat bantu, tetapi juga motor penggerak keberlanjutan dan pertumbuhan usaha wirausaha muda di era ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, R. (2020). *Technopreneurship dan kewirausahaan digital di kalangan pemuda Indonesia*. Jurnal Inovasi & Bisnis, 5(2), 98–110.
- Putri, A. D., & Wijaya, S. (2019). *Hambatan literasi digital pada UMKM: studi kasus di Jawa Timur*. Jurnal Ekonomi & Teknologi, 4(1), 45–55.
- Santoso, B. (2021). *Digitalisasi UMKM: Peluang dan tantangan di era globalisasi*. Jurnal Ekonomi Digital, 3(3), 30–42.
- Wulandari, F., & Nugroho, A. (2022). *Peran media sosial dalam pengembangan usaha mikro di Indonesia*. Jurnal Manajemen & Teknologi, 6(1), 12–20.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (ed. ke-4). Alfabeta.
- Sunuantari, M., & Zarkasi, I. R. (2021). *R-TIK digital literacy towards Indonesian MSMEs (UMKM): Digital energy of Asia*. Komunikator, 13(2), 175–187. Retrieved from <https://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/12380>.
- Putra, P., Windah, A., & Tarisa, A. (2021). *Adopsi dan implementasi kecakapan literasi informasi dan literasi digital untuk akselerasi UMKM di Indonesia pasca pandemi COVID-19*. Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi. <https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.162.177-199>
- Moy, M. M., Cahyadi, E. R., & Anggraeni, E. (2020). *The impact of social media on knowledge creation, innovation, and performance in small and medium enterprises*. Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship, 6(1), 23. <https://doi.org/10.17358/ijbe.6.1.23>.
- Noviaristanti, S., Yunita, S. C., & Triono, S. P. H. (2023). *Social media usage impacts on SME's firm performance: Evidence from West Java, Indonesia*. Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship, 9(2), 285. <https://doi.org/10.17358/ijbe.9.2.285>
- Coyanda, J. R. (2021). PEMANFAATAN TEKNOLOGI WIRAUSAHA DALAM MENYIAPKAN ALUMNI MENCIPTAKAN PELUANG USAHA PADA MASA PANDEMI DI SMK NEGERI 2 BANYUASIN. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 5(2). <https://doi.org/10.36982/jam.v5i2.1827>
- Ebenezer Gulo, Denisman Laia, & Yosia Bello. (2024). Cara Wirausaha Muda Menghadapi Tantangan di Era Digital. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan dan Teknologi*, 1(4), 10–23. <https://doi.org/10.61132/jumaket.v1i4.383>
- Ibrahim, A. I., Palawa, M. R., Lestari, T. A., & Saleka, P. J. (2025). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL OLEH WIRAUSAHA MUDA UMKM UNTUK PENGEMBANGAN PEMASARAN PRODUK DI ERA DIGITAL. 6(3).

Novita, Y., Aulia, R., Hasanah, F. H., & Zahara, A. (2025). *FAKTOR PENDORONG DAN*

PENGHAMBAT KEWIRUSAHAAN MAHASISWA DI ERA MILENIAL. 4.

Rezky, M. I. (2023). *Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Indonesia Berbasis*

FinancialTechnology. 02(02).

Theodora, E. M., Pakpahan, V. M., & Banuari, N. (2024). Revolusi Digital Umkm bagi Kalangan

Wirausaha Muda Komunitas Bisnis Centre. *GENDIS: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(2),*

47–54. <https://doi.org/10.56724/gendis.v2i2.299>