

PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA WIRAUSAHA MUDA DI ERA EKONOMI DIGITAL

Ikhsan Ardiansyah Harahap

Email : ikhsanardiansyahharahap@gmail.com

SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM BAHRIYATUL ULUM PANDAN

ABSTRACT

The development of the digital economy has transformed the entrepreneurial landscape, particularly for young entrepreneurs who are required to possess digital literacy skills and proficiency in utilizing social media as a means of marketing, communication, and business development. This study aims to analyze the influence of digital literacy and social media utilization on business success among young entrepreneurs. A quantitative approach with a survey method was employed involving 120 young entrepreneur respondents aged 18–35 years who operate online and offline businesses in urban areas. The sampling technique used was purposive sampling, and data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 26. The results indicate that digital literacy has a positive and significant effect on business success, social media utilization has a positive and significant effect on business success, and simultaneously both variables significantly affect business success, contributing 57.3 percent. These findings suggest that improving digital competence and optimizing social media use are strategic factors in driving business sustainability and growth in the digital economy era. The implication of this study is the need for sustainable digital literacy training programs for young entrepreneurs as well as strategic and measurable mentoring in social media utilization.

Keywords: digital literacy; social media; business success; young entrepreneurs; digital economy

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah lanskap kewirausahaan, khususnya bagi wirausaha muda yang dituntut memiliki kemampuan literasi digital dan kepiawaian memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran, komunikasi, dan pengembangan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital dan pemanfaatan media sosial terhadap keberhasilan usaha pada wirausaha muda. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 120 responden wirausaha muda berusia 18–35 tahun yang menjalankan usaha berbasis daring maupun luring di wilayah perkotaan. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dan data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, dan secara simultan kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha dengan kontribusi sebesar 57,3 persen. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kompetensi digital dan optimalisasi media sosial menjadi faktor strategis dalam mendorong keberlangsungan dan pertumbuhan usaha di era ekonomi digital. Implikasi penelitian ini adalah perlunya program pelatihan literasi digital yang berkelanjutan bagi wirausaha muda serta pendampingan pemanfaatan media sosial secara strategis dan terukur.

Kata Kunci: literasi digital; media sosial; keberhasilan usaha; wirausaha muda; ekonomi digital

PENDAHULUAN

Era ekonomi digital telah membawa perubahan fundamental terhadap cara masyarakat berinteraksi, berkomunikasi, dan menjalankan aktivitas ekonomi. Transformasi digital yang berlangsung cepat mendorong lahirnya berbagai peluang usaha baru sekaligus menuntut pelaku usaha, khususnya wirausaha muda, untuk beradaptasi dengan teknologi informasi dan komunikasi. Wirausaha muda merupakan salah satu motor penggerak perekonomian nasional karena memiliki karakteristik adaptif, inovatif, dan cenderung lebih terbuka terhadap teknologi baru dibandingkan generasi sebelumnya.

Salah satu kompetensi krusial yang perlu dimiliki wirausaha muda dalam menghadapi era ekonomi digital adalah literasi digital, yaitu kemampuan untuk memahami, mengakses, mengelola, dan memanfaatkan informasi serta teknologi digital secara efektif dan bertanggung jawab. Literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis mengoperasikan perangkat digital, tetapi juga mencakup kemampuan berpikir kritis dalam mengelola informasi, memahami keamanan digital, serta memanfaatkan platform digital untuk mendukung aktivitas bisnis.

Selain literasi digital, pemanfaatan media sosial juga menjadi faktor penting yang memengaruhi keberhasilan usaha. Media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp Business telah menjadi kanal pemasaran yang efektif dan efisien karena menawarkan jangkauan luas dengan biaya relatif rendah. Wirausaha muda dapat memanfaatkan media sosial untuk membangun merek, berinteraksi langsung dengan konsumen, memperoleh umpan balik, serta menganalisis perilaku pasar secara real-time.

Meskipun potensi tersebut besar, fenomena di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua wirausaha muda mampu mengoptimalkan literasi digital dan media sosial secara efektif. Sebagian pelaku usaha muda masih menghadapi kendala dalam mengelola konten pemasaran digital, memahami algoritma platform, serta menerapkan strategi pemasaran digital yang terukur. Kondisi ini berpotensi menghambat pertumbuhan dan keberlangsungan usaha di tengah persaingan pasar digital yang semakin ketat.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital dan pemanfaatan media sosial, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keberhasilan usaha pada wirausaha muda di era ekonomi digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian kewirausahaan digital serta kontribusi praktis berupa rekomendasi kebijakan dan program pengembangan kapasitas wirausaha muda.

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Digital

Literasi digital didefinisikan sebagai kemampuan individu dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat, dan mengomunikasikan informasi secara efektif sesuai kaidah kognitif dan teknis yang berlaku. Dalam konteks kewirausahaan, literasi digital mencakup kemampuan mengoperasikan aplikasi bisnis digital, memahami pemasaran daring, mengelola data pelanggan, serta menjaga keamanan transaksi digital. Indikator literasi digital umumnya meliputi kemampuan teknologi (technological skills), kemampuan informasi (information skills), kemampuan komunikasi digital (digital communication skills), dan kemampuan kreativitas digital (digital creativity).

Pemanfaatan Media Sosial

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat, membagikan, serta bertukar informasi dan konten dalam jaringan virtual. Dalam konteks bisnis, pemanfaatan media sosial mencakup penggunaan platform tersebut sebagai sarana promosi, membangun interaksi dengan konsumen, memperluas jaringan pasar, serta melakukan riset pasar sederhana melalui analisis tren dan preferensi konsumen. Indikator pemanfaatan media sosial dalam

penelitian ini meliputi intensitas penggunaan, kualitas konten yang dipublikasikan, interaksi dengan pelanggan, dan pemanfaatan fitur analitik media sosial.

Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha merupakan pencapaian target usaha yang ditandai dengan peningkatan pendapatan, perluasan pasar, pertumbuhan aset, serta keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Keberhasilan usaha dapat diukur melalui indikator finansial seperti pertumbuhan omzet dan laba, maupun indikator nonfinansial seperti kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, dan reputasi usaha. Dalam konteks wirausaha muda di era digital, keberhasilan usaha juga dipengaruhi oleh kemampuan beradaptasi dengan perubahan teknologi dan perilaku konsumen digital.

Penelitian Terdahulu dan Kerangka Berpikir

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa literasi digital dan pemanfaatan media sosial memiliki hubungan positif dengan kinerja dan keberhasilan usaha, khususnya pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang dikelola oleh generasi muda. Literasi digital yang memadai memungkinkan pelaku usaha mengambil keputusan bisnis berbasis data, sementara pemanfaatan media sosial yang optimal meningkatkan visibilitas dan daya saing usaha di pasar digital. Berdasarkan kajian tersebut, penelitian ini mengajukan kerangka berpikir bahwa literasi digital (X1) dan pemanfaatan media sosial (X2) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y), baik secara parsial maupun simultan.

Hipotesis Penelitian

H1: Literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada wirausaha muda.

H2: Pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada wirausaha muda.

H3: Literasi digital dan pemanfaatan media sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada wirausaha muda.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei serta desain penelitian asosiatif kausal untuk mengetahui pengaruh antarvariabel. Populasi penelitian adalah wirausaha muda berusia 18–35 tahun yang menjalankan usaha di bidang perdagangan, kuliner, jasa, dan kreatif di wilayah perkotaan. Sampel penelitian berjumlah 120 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) berusia 18–35 tahun, (2) telah menjalankan usaha minimal satu tahun, dan (3) aktif menggunakan minimal satu platform media sosial untuk kegiatan usaha.

Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju). Variabel penelitian terdiri atas dua variabel bebas, yaitu literasi digital (X1) dan pemanfaatan media sosial (X2), serta satu variabel terikat, yaitu keberhasilan usaha (Y). Sebelum digunakan, instrumen penelitian diuji validitas menggunakan korelasi Pearson product moment dan diuji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, dengan hasil seluruh item dinyatakan valid dan reliabel (nilai Cronbach's Alpha > 0,70).

Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), dilanjutkan dengan analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta uji koefisien determinasi (R^2) menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: $Y = a + b_1X_1 +$

$b_2X_2 + e$, dengan Y sebagai keberhasilan usaha, X_1 sebagai literasi digital, X_2 sebagai pemanfaatan media sosial, a sebagai konstanta, b_1 dan b_2 sebagai koefisien regresi, serta e sebagai error term.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (58,3%) dan berusia 21–25 tahun (41,7%). Sebagian besar responden bergerak di bidang usaha kuliner (35%) dan fesyen/kreatif (28,3%), dengan lama usaha berjalan antara satu hingga tiga tahun (52,5%). Platform media sosial yang paling banyak digunakan adalah Instagram (78,3%) dan TikTok (65%), diikuti oleh WhatsApp Business (61,7%).

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200 ($> 0,05$) yang berarti data berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,712 dan nilai VIF sebesar 1,405 untuk kedua variabel bebas, yang berarti tidak terjadi gejala multikolinearitas. Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser menunjukkan nilai signifikansi masing-masing variabel di atas 0,05, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1 menyajikan hasil analisis regresi linear berganda antara literasi digital dan pemanfaatan media sosial terhadap keberhasilan usaha.

Variabel	Koefisien (B)	t hitung	Sig.	Ket.
Konstanta	4,215	3,102	0,002	-
Literasi Digital (X_1)	0,398	5,624	0,000	Signifikan
Media Sosial (X_2)	0,342	4,871	0,000	Signifikan

Sumber: Hasil olah data primer (2026)

Berdasarkan Tabel 1, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut: $Y = 4,215 + 0,398X_1 + 0,342X_2 + e$. Nilai konstanta sebesar 4,215 menunjukkan bahwa apabila literasi digital dan pemanfaatan media sosial bernilai nol, maka keberhasilan usaha berada pada nilai dasar sebesar 4,215. Koefisien regresi literasi digital sebesar 0,398 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan literasi digital akan meningkatkan keberhasilan usaha sebesar 0,398 satuan dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien regresi pemanfaatan media sosial sebesar 0,342 menunjukkan pengaruh positif yang serupa terhadap keberhasilan usaha.

Uji Hipotesis

Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung untuk variabel literasi digital sebesar 5,624 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga H_1 diterima, yang berarti literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Demikian pula, nilai t hitung untuk variabel pemanfaatan media sosial sebesar 4,871 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga H_2 diterima, yang berarti pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 78,342 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga H3 diterima, yang berarti literasi digital dan pemanfaatan media sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,573, yang berarti literasi digital dan pemanfaatan media sosial mampu menjelaskan variasi keberhasilan usaha sebesar 57,3 persen, sedangkan sisanya sebesar 42,7 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini, seperti modal usaha, motivasi berwirausaha, dan dukungan lingkungan bisnis.

Pembahasan

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan usaha wirausaha muda. Wirausaha muda yang memiliki kemampuan literasi digital yang baik cenderung lebih mampu memanfaatkan teknologi untuk efisiensi operasional, seperti penggunaan aplikasi pembukuan digital, sistem pembayaran daring, dan platform e-commerce. Kemampuan ini memungkinkan pelaku usaha mengambil keputusan yang lebih tepat berdasarkan data dan tren pasar digital, sehingga berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha secara keseluruhan.

Selain itu, pemanfaatan media sosial yang optimal terbukti berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan usaha. Media sosial memungkinkan wirausaha muda menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya pemasaran yang relatif terjangkau, membangun kedekatan emosional dengan pelanggan melalui interaksi langsung, serta memperoleh umpan balik yang dapat digunakan untuk perbaikan produk dan layanan secara berkelanjutan. Konsistensi dalam mengunggah konten yang relevan dan menarik, disertai pemanfaatan fitur analitik media sosial, terbukti meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital.

Hasil penelitian ini sejalan dengan berbagai kajian terdahulu yang menegaskan bahwa kompetensi digital dan strategi pemasaran berbasis media sosial merupakan faktor determinan keberhasilan usaha di era digital. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa kontribusi kedua variabel tersebut belum mencapai seratus persen, yang mengindikasikan pentingnya faktor pendukung lain seperti akses permodalan, jejaring bisnis, dan kemampuan manajerial dalam mendukung keberhasilan usaha secara komprehensif.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada wirausaha muda. Pemanfaatan media sosial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Secara simultan, literasi digital dan pemanfaatan media sosial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha dengan kontribusi sebesar 57,3 persen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Saran

Bagi wirausaha muda, disarankan untuk terus meningkatkan kompetensi literasi digital melalui pelatihan dan pembelajaran mandiri, serta mengoptimalkan pemanfaatan media sosial secara strategis dan konsisten. Bagi pemerintah dan lembaga terkait, disarankan untuk menyelenggarakan program pelatihan literasi digital dan pemasaran digital yang berkelanjutan bagi wirausaha muda, khususnya di sektor UMKM. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain

seperti akses permodalan, orientasi kewirausahaan, dan literasi keuangan digital, serta memperluas cakupan wilayah dan jumlah sampel penelitian guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

REFERENCES

- Ariyanti, S., & Fatimah, D. D. (2021). Pengaruh literasi digital terhadap kinerja UMKM di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 45–58.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kemenkominfo. (2023). *Laporan status literasi digital Indonesia 2023*. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.
- Nasution, R. A., & Rusnandi, L. S. L. (2022). Digital literacy and social media marketing: Its effect on the performance of micro, small, and medium enterprises. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 22–35.
- Rangkuti, F. (2019). *Strategi pemasaran digital untuk usaha mikro, kecil, dan menengah*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani, T., & Hendryadi. (2021). Media sosial dan keberhasilan usaha: Studi pada pelaku usaha mikro. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 21(3), 112–124.
- Tapscott, D. (2015). *The digital economy anniversary edition: Rethinking promise and peril in the age of networked intelligence*. McGraw-Hill Education.
- Widyastuti, R., & Prasetyo, B. (2020). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha pada wirausaha muda. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 33–47.