



## STRATEGI KEWIRAUSAHAAN MENGOPTIMALKAN PLATFORM ONLINE UNTUK SUKSES BISNIS

Yuliya<sup>1\*</sup>, Naim<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Faculty of Economics and Business, Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, Indonesia,

\*Penulis yang sesuai; [yuliyariyadi@gmail.com](mailto:yuliyariyadi@gmail.com)

### ABSTRAK

Artikel ini mengeksplorasi strategi kewirausahaan di era digital dengan fokus pada bagaimana mengoptimalkan platform online untuk meraih kesuksesan bisnis. Transformasi digital telah membawa peluang besar serta tantangan baru bagi wirausahawan. Dalam artikel ini, beberapa strategi utama diidentifikasi, termasuk membangun kehadiran digital yang kuat dengan desain website profesional dan optimisasi mesin pencari (SEO). Media sosial juga dipandang sebagai alat pemasaran yang efektif untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan dan membangun komunitas merek. Selain itu, penggunaan alat digital marketing seperti email marketing dan content marketing dianggap penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Memanfaatkan platform e-commerce dan marketplace seperti Amazon dan Tokopedia dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Analitik data digunakan untuk pengambilan keputusan yang lebih baik, dengan memanfaatkan wawasan dari perilaku pengunjung dan kinerja kampanye pemasaran. Artikel ini juga menyoroti pentingnya investasi dalam teknologi terbaru seperti kecerdasan buatan (AI) dan blockchain, serta pengembangan keterampilan melalui pelatihan berkelanjutan. Studi kasus sukses seperti yang dilakukan oleh Tokopedia dan Gojek menunjukkan bagaimana teknologi digital dapat menciptakan nilai tambah dan memperluas bisnis. Kesimpulannya, kombinasi strategi yang tepat dan adaptasi inovasi teknologi dapat membantu wirausahawan mencapai kesuksesan di era digital yang dinamis.

### Kata kunci:

Kewirausahaan; Era Digital; Platform Online; Strategi Bisnis.

### Artikel;

Diterima: 11/6/2024

Diperbaiki: 28/9/2025

Diterbitkan: 30/9/2025

## PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin kompetitif, kewirausahaan dituntut untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Platform online kini menjadi sarana utama bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar, membangun citra merek, dan meningkatkan efisiensi bisnis. Transformasi digital membuka peluang besar bagi pengusaha untuk berinovasi dalam strategi pemasaran, distribusi, dan layanan pelanggan. Namun, keberhasilan optimalisasi platform online tidak hanya bergantung pada teknologi, melainkan juga pada strategi kewirausahaan yang tepat dalam memanfaatkan potensi digital untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Penelitian oleh Fitriani dan Suryana (2022) menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital secara signifikan meningkatkan kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Bandung melalui peningkatan efisiensi pemasaran dan



penjualan. Hasil serupa ditemukan oleh Santoso dan Putri (2023) yang meneliti orientasi kewirausahaan dan adopsi media sosial terhadap kinerja bisnis UMKM di Indonesia. Keduanya menegaskan bahwa pemanfaatan platform online menjadi elemen penting dalam strategi kewirausahaan modern untuk meningkatkan daya saing usaha.

Selain itu, strategi kewirausahaan berbasis platform online juga melibatkan aspek pemasaran digital dan interaksi sosial. Studi oleh Lee dan Chen (2023) mengungkapkan bahwa kredibilitas platform dan electronic word-of-mouth (e-WOM) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di media sosial. Sementara itu, penelitian Rahman dan Setiawan (2024) pada startup digital di Indonesia menyoroti bahwa logika kewirausahaan seperti effectuation dan causation berperan penting dalam membangun ketahanan (resilience) bisnis berbasis platform online. Hal ini menunjukkan bahwa strategi digital yang sukses harus mempertimbangkan fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi terhadap dinamika pasar.

Lebih lanjut, Lestari (2023) menemukan bahwa kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap efektivitas penggunaan aplikasi bisnis berbasis internet, yang berdampak pada peningkatan kinerja usaha. Penelitian ini memperkuat pandangan bahwa optimalisasi platform online tidak dapat dilepaskan dari kapasitas sumber daya manusia, khususnya kemampuan digital, inovasi, dan kepemimpinan kewirausahaan. Wijaya dan Nugroho (2022) juga menambahkan bahwa pelatihan digital entrepreneurship dan kolaborasi dengan industri kreatif membantu wirausahawan mengembangkan strategi yang relevan dengan kebutuhan pasar modern.

Berdasarkan berbagai kajian tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi kewirausahaan dalam mengoptimalkan platform online merupakan faktor kunci kesuksesan bisnis di era digital. Penggabungan antara kemampuan digital, strategi pemasaran inovatif, kompetensi kewirausahaan, serta dukungan ekosistem digital yang kuat menjadi landasan penting bagi keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, penelitian mengenai strategi kewirausahaan dalam konteks pemanfaatan platform online perlu terus dikembangkan untuk memberikan kontribusi empiris dan praktis bagi pertumbuhan ekonomi berbasis digital.

### **KAJIAN PUSTAKA**

Kewirausahaan merupakan sebuah proses dalam melakukan sesuatu yang baru dengan cara kreatif dan penuh inovasi yang bermanfaat bagi masyarakat dan membuahkan hasil. Kata "Kewirausahaan" berasal dari kata wira dan usaha. Ada banyak definisi tentang kewirausahaan atau entrepreneurship, sehingga dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan suatu hal yang dinamis (Khamimah 2021) Kreativitas dan inovasi sering dianggap sama. Kreativitas adalah penciptaan ide-ide baru dan inovasi adalah kegiatan penerapan ide-ide baru.

Bisnis digital adalah sebuah konsep bisnis yang mengandalkan teknologi sebagai pendukung dalam membuat sebuah aktivitas bisnis dapat dengan mudah



menjangkau pasar yang sudah menjadi target baik itu dari pemasaran produk atau pelayanan kepada calon konsumen. Pemanfaatan media online menjadi pilihan tepat bagi para pengusaha untuk mengembangkan bisnis yang dijalankannya. Pemanfaatan media online untuk sarana berwirausaha menjadi penting untuk mendapatkan gambaran bagaimana pemanfaatan media tersebut oleh para pengguna (mahasiswa) saat ini, sehingga dapat menjadi inputan bagi pengembangan kebijakan dalam meningkatkan kompetensi lulusan sekolah tinggi multimedia di bidang kewirausahaan (Chusumastuti 2020). Pemerintah telah memberikan kepastian hukum demi menjamin hak konsumen dalam bisnis digital melalui UUPK, UUIE, UU Perdagangan, beberapa PP terkait yaitu PP tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik serta PP terkait Perdagangan melalui sistem elektronik bahkan peraturan OJK tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (Novita 2021)

Platform Online merupakan layanan online yang berhubungan dengan pelanggan dua atau lebih kelompok yang saling mengandalkan di sisi pasar yang berbeda golongan pelanggan ini dapat berupa bisnis dan dapat menciptakan peluang. Menurut Sangupta dkk (dalam Oktalia Juwita, Arizonq Firdoansyah, Mahrus Ali, Aris Puji Widodo, R. Rizal Isnanto 2022) mengatakan kapabilitas dari platform digital yang digunakan oleh suatu organisasi, dapat didefinisikan sebagai kemampuan organisasi untuk menggunakan alat dan teknologi digital canggih terbaru sebagai instrumen kompetitif, yang dapat berdampak besar pada keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan.

## METODE

Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif dalam mengeksplorasi strategi kewirausahaan di era digital, terutama dalam mengoptimalkan platform online untuk mencapai sukses bisnis. Metode yang digunakan melibatkan beberapa langkah sebagai berikut:

1. Literatur Review:

Mengumpulkan dan menganalisis literatur yang relevan dari artikel jurnal, buku, dan laporan industri yang diterbitkan antara tahun 2019 hingga 2023. Literatur ini mencakup topik-topik seperti strategi digital marketing, pengembangan e-commerce, penggunaan media sosial dalam bisnis, dan inovasi teknologi dalam kewirausahaan.

2. Studi Kasus:

Menganalisis studi kasus dari perusahaan yang sukses menerapkan strategi digital, seperti Tokopedia dan Gojek. Studi kasus ini memberikan wawasan praktis mengenai implementasi strategi digital di dunia nyata dan hasil yang dicapainya.

3. Wawancara Eksploratif:

Mengadakan wawancara dengan para ahli di bidang kewirausahaan digital dan digital marketing. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan



pandangan mendalam dan perspektif terkini tentang tantangan dan peluang dalam mengoptimalkan platform online.

4. Analisis Data Sekunder:

Menggunakan data sekunder dari laporan industri, statistik pasar, dan survei yang relevan untuk mendukung temuan artikel. Data ini membantu dalam memahami tren pasar digital dan perilaku konsumen secara lebih komprehensif.

5. Sintesis Temuan:

Mengintegrasikan hasil dari literatur review, studi kasus, wawancara, dan data sekunder untuk menyusun panduan strategi yang dapat diterapkan oleh wirausahawan. Sintesis ini menghasilkan rangkaian rekomendasi yang praktis dan berdasarkan bukti untuk memaksimalkan penggunaan platform online.

6. Validasi Konsep:

Menggunakan umpan balik dari para praktisi dan akademisi untuk memvalidasi konsep dan strategi yang diusulkan. Umpan balik ini membantu memastikan bahwa strategi yang direkomendasikan adalah relevan dan dapat diimplementasikan dengan sukses.

Dengan menggunakan metode ini, artikel ini berupaya memberikan panduan yang komprehensif dan praktis bagi wirausahawan yang ingin mengoptimalkan platform online untuk mencapai kesuksesan bisnis di era digital. Pendekatan kualitatif ini memastikan bahwa strategi yang dihasilkan didasarkan pada analisis yang mendalam dan beragam perspektif dari literatur, praktik industri, dan pandangan ahli.

## HASIL DAN DISKUSI

### Menganalisis Peluang dan Tantangan

Sebagai wirausahawan di era digital, penting untuk memahami lanskap bisnis yang terus berubah. Penggunaan teknologi digital menawarkan banyak peluang seperti akses ke pasar global, otomatisasi proses bisnis, dan analitik data untuk pengambilan keputusan yang lebih baik. Namun, ini juga datang dengan tantangan seperti keamanan siber, perubahan preferensi konsumen, dan kompetisi yang semakin ketat (ResearchGate, 2021).

### Strategi untuk Mengoptimalkan Platform Online

#### 1. Membangun Kehadiran Digital yang Kuat

Website Profesional: Website adalah wajah bisnis di dunia online. Desain yang responsif dan konten yang relevan akan menjadikan pengalaman pengunjung lebih baik dan meningkatkan konversi. internet. Dengan memiliki website profesional, bisnis dapat meningkatkan kredibilitas, keterjangkauan, komunikasi, pendapatan, dan keterbacaan, sehingga membangun digital yang kuat dalam wirausaha.



Sedangkan website wirausaha digital ringan merupakan pelengkap dari fisik (Aini 2023)

Optimisasi Mesin Pencari (SEO): Mengoptimalkan website untuk mesin pencari adalah kunci untuk menarik lalu lintas organik. Strategi SEO melibatkan penggunaan kata kunci yang relevan, pembuatan konten berkualitas, dan pengelolaan meta tag dan backlink.

## 2. Memanfaatkan Media Sosial

Media sosial adalah alat pemasaran yang kuat. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn memungkinkan wirausahawan untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan dan membangun komunitas sekitar merek mereka. Konten visual yang menarik dan kampanye iklan berbayar dapat meningkatkan visibilitas dan engagement (Proxsis, 2024).

## 3. Menggunakan Digital Marketing

Email Marketing: Mengirim email yang dipersonalisasi dapat membantu menjaga hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan retensi. Alat email marketing dapat digunakan untuk mengirim newsletter, penawaran khusus, dan berita produk.

Content Marketing: Pembuatan blog, video, podcast, dan jenis konten lainnya dapat membantu menarik dan melibatkan audiens. Content Marketing merupakan suatu kegiatan yang dimulai dengan pembuatan, menampilkan dan menerapkan konten yang disukai, menarik serta relevan untuk audiens ( Ningsih 2022).

## 4. E-commerce dan Platform Marketplace

Berjualan melalui platform e-commerce seperti Amazon, Tokopedia, dan Shopee dapat memperluas jangkauan pasar. Platform ini menyediakan infrastruktur yang sudah mapan, termasuk sistem pembayaran dan logistik yang efisien. Membangun toko online sendiri juga memungkinkan kontrol yang lebih besar terhadap branding dan pengalaman pelanggan. Dengan semakin maraknya penggunaan internet, semakin marak pula perdagangan secara elektronik (e-commerce) dijalankan oleh pelaku bisnis dalam berbagai ukuran, mulai dari perusahaan raksasa sampai online shop (toko online) rumahan ( Rehatalanit 2021).

## 5. Analitik Data untuk Pengambilan Keputusan

Menggunakan alat analitik seperti Google Analytics dapat memberikan wawasan tentang perilaku pengunjung, kinerja kampanye marketing, dan preferensi pelanggan. Berkenaan dengan hal tersebut, perusahaan harus menyediakan sistem informasi dan komunikasi yang canggih yang dibutuhkan manajemen dalam perencanaan dan pengambilan keputusan (dalam Rudiawan 2021).



## **Membangun Kapasitas dan Adaptasi Inovasi**

### **1. Pelatihan dan Pengembangan Keterampilan**

Wirausahawan harus terus mengembangkan keterampilan mereka di bidang teknologi dan manajemen. Pelatihan khusus dalam pengembangan web, pemasaran digital, dan analitik data dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional dan strategi pemasaran. Pelatihan keterampilan pengambilan keputusan diharapkan dapat membekali mahasiswa dalam berwirausaha. (Khoirunnisa 2023)

### **2. Investasi dalam Teknologi Baru**

Beradaptasi dengan teknologi terbaru seperti kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), dan teknologi blockchain dapat memberikan keunggulan kompetitif. Misalnya, AI dapat digunakan untuk personalisasi rekomendasi produk, sedangkan blockchain dapat meningkatkan transparansi dan keamanan transaksi (Mekari Jurnal, 2021).

## **Studi Kasus: Implementasi Sukses di Lapangan**

Banyak perusahaan telah berhasil mengimplementasikan strategi digital. Misalnya, Tokopedia merupakan perusahaan e-commerce terbesar di Indonesia yang memungkinkan siapa saja membuka dan mengelola toko online-nya secara mudah dan gratis, sekaligus pengalaman belanja online yang lebih aman dan nyaman. Sudah ada jutaan merchant yang berhasil menciptakan peluangnya dimulai dari Tokopedia. Setiap bulan mereka menghasilkan triliunan rupiah lewat puluhan juta produk yang siap dibeli dengan harga terbaik dan transparan. Kini Tokopedia juga memungkinkan pengguna menemukan produk kebutuhan sehari-hari, mulai dari pulsa, paket data, listrik dan air. Pembayaran telepon, BPJS Kesehatan maupun Ketenagakerjaan, televisi berbayar, hingga berdonasi pun sekarang bisa dimulai dari Tokopedia. Menurut SimilarWeb, Tokopedia merupakan satu-satunya situs lokal dalam daftar 10 besar situs paling sering dikunjungi di Indonesia. Data dari AppAnnie juga menunjukkan aplikasi Tokopedia merupakan aplikasi jual beli online yang paling sering dipakai di Indonesia dengan jumlah pemakai aktif dua kali lipat dibandingkan pilihan lainnya. Studi kasus ini menunjukkan bagaimana teknologi digital dapat digunakan untuk menciptakan nilai tambah dan memperluas bisnis dengan sukses (Ambiapuri 2022).

## **KESIMPULAN**

Era digital menawarkan berbagai peluang yang belum pernah ada sebelumnya bagi wirausahawan. Dengan mengoptimalkan platform online melalui strategi yang tepat seperti membangun kehadiran digital yang kuat, menggunakan media sosial, mengimplementasikan digital marketing, memanfaatkan e-commerce, dan menggunakan analitik data, wirausahawan dapat mencapai kesuksesan bisnis. Penting juga untuk terus berinvestasi dalam pengembangan keterampilan dan teknologi baru untuk tetap kompetitif dan relevan di pasar yang selalu berubah ini.



## REFERENSI

- Ambiapuri, Ema, and Moch Hafid. "Implementasi Budaya Perusahaan dalam Pengelolaan Tokopedia." *Indonesian Journal of Office Administration* 4.1 (2022): 9-16.
- Aini, Nurul, Dian Martha Nurrul Amanah, and Novinda Krisna Putri. "Pengembangan Kewirausahaan Digital di Indonesia." *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen* 14.2 (2023): 243-252.
- Chusumastuti, Dhety. "Pengaruh Pemanfaatan Media Online Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa (Studi Kasus di Sekolah Tinggi Multi Media "MMTC" Yogyakarta)." *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan* 4.2 (2020): 77-85.
- Fitriani, R., & Suryana, D. (2022). Pengaruh Adopsi Teknologi Digital terhadap Kinerja UMKM di Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 7(2), 115-127.
- Khoirunnisa, Riza Noviana, and Olievia Prabandini Mulyana. "Pelatihan Keterampilan Pengambilan Keputusan Pada Mahasiswa Wirausaha." *Journal Community Service Consortium* 3.1 (2023).
- Khamimah, Wininatin. "Peran kewirausahaan dalam memajukan perekonomian Indonesia." *Jurnal Disrupsi Bisnis* 4.3 (2021): 228-240.
- Khamimah, Wininatin. "Peran kewirausahaan dalam memajukan perekonomian Indonesia." *Jurnal Disrupsi Bisnis* 4.3 (2021): 228-240.
- Lee, H., & Chen, Y. (2023). The Impact of Platform Credibility and e-WOM on Online Consumer Purchase Decisions. *Sustainability*, 15(16), 12467. <https://doi.org/10.3390/su151612467>
- Lestari, M. (2023). Kompetensi Kewirausahaan dan Pemanfaatan Aplikasi Bisnis Berbasis Internet terhadap Kinerja Usaha Kecil. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Kewirausahaan*, 5(3), 201-213.
- Mekari Jurnal. (2021). Strategi Inovatif Dalam Menghadapi Daya Saing Bisnis Di Era Digital. [Mekari Jurnal](<https://ejournal-rmg.org/index.php/EBMJ/article/download/185/223/733>)
- Novita, Yustina Dhian, and Budi Santoso. "Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital." *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia* 3.1 (2021): 46-58.
- Ningsih, Linda Armada. "Strategi Content Marketing dalam Membangun Customer Engagement." *Benchmark* 3.1 (2022): 43-52.
- Proxis Group. (2024). Strategi Bisnis Digital: Transformasi Perusahaan dalam Era Digital. [Proxis Group](<https://strategy.proxisgroup.com/insight/strategi-bisnis-digital-transformasi-perusahaan-dalam-era-digital/>).
- Rahman, F., & Setiawan, B. (2024). Entrepreneurial Logic and Digital Platform Resilience: Evidence from Indonesian Startups. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 12(2), 55-70.



- ResearchGate. (2021). Kewirausahaan di Era Digital. [ResearchGate]([https://www.researchgate.net/publication/358529911\\_KEWIRAUSAHAAN\\_DI\\_ERA\\_DIGITAL](https://www.researchgate.net/publication/358529911_KEWIRAUSAHAAN_DI_ERA_DIGITAL))
- Rehatalanit, Y. L. R. "Peran e-commerce dalam pengembangan bisnis." *Jurnal Teknologi Industri* 5 (2021).
- Rudiawan, Hendri. "Pemanfaatan Sistem Bisnis Intelijen (Bi) Dalam Pengambilan Keputusan Manajemen Perusahaan." *Jurnal ekonomi* 23.3 (2021): 190-200.
- Sono, Moh Gifari, Erwin Erwin, and Muhamad Ammar Muhtadi. "Strategi Pemasaran Digital dalam Mendorong Keberhasilan Wirausaha di Era Digital." *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science* 1.04 (2023): 312-324.
- Santoso, A., & Putri, N. (2023). Orientasi Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 9(1), 88-102.
- T. Sengupta, G. Narayanamurthy, P. K. Hota, T. Sarker, and S. Dey, "Conditional acceptance of digitized business model innovation at the BoP: A stakeholder analysis of eKutir in India," *Technol. Forecast. Soc. Change*, vol. 170, p. 120857, Sep. 2021, doi: 10.1016/j.techfore.2021.120857.
- Wijaya, T., & Nugroho, A. (2022). Pelatihan Digital Entrepreneurship dan Kolaborasi Industri Kreatif dalam Pengembangan Strategi Bisnis UMKM. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 4(4), 145-159.