

**MENGGALI POTENSI WADAH E-COMMERCE SEBAGAI WADAH  
KEWIRAUSAHAAN GENERASI MILENIAL**

**Miftah Az-Zura Salsabila<sup>1</sup> Yulia Novita<sup>2</sup>**

Universitas Islam Sultan Negri Syarif Kasim, Riau

[salsabilazzura@gmail.com](mailto:salsabilazzura@gmail.com)

**Abstrak**

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam dunia bisnis, salah satunya melalui kemunculan e-commerce sebagai sarana baru dalam berwirausaha. Generasi milenial, dengan keunggulan adaptasi digital dan kreativitas tinggi, menjadi aktor potensial dalam mengembangkan kewirausahaan berbasis teknologi. Artikel ini membahas potensi dan tantangan e-commerce sebagai wadah wirausaha bagi milenial, serta strategi yang dibutuhkan untuk meraih keberhasilan di tengah persaingan yang kompetitif. E-commerce menawarkan fleksibilitas, kemudahan akses pasar, serta berbagai fitur pendukung bisnis. Namun, tantangan seperti rendahnya literasi bisnis digital, manajemen usaha yang lemah, dan kurangnya strategi pemasaran masih menjadi hambatan. Diperlukan kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan pelaku bisnis untuk menciptakan ekosistem kewirausahaan digital yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan strategi yang tepat dan peningkatan kapasitas, e-commerce dapat menjadi alat efektif bagi milenial dalam membangun usaha yang mandiri dan berdampak luas secara sosial maupun ekonomi.

Kata kunci : E-Commerce, Milenial

**Abstract**

The development of digital technology has driven a significant transformation in the business world, one of which is the emergence of e-commerce as a new means of entrepreneurship. Millennials, with their strengths in digital adaptation and high creativity, have become potential actors in developing technology-based entrepreneurship. This article discusses the potential and challenges of e-commerce as a platform for millennial entrepreneurship, as well as the strategies needed to achieve success in a highly competitive environment. E-commerce offers flexibility, easy market access, and various business-supporting features. However, challenges such as low digital business literacy, weak business management, and lack of marketing strategies remain obstacles. Collaboration between the government, educational institutions, and business actors is essential to create an inclusive and sustainable digital entrepreneurship ecosystem. With the right strategy and capacity building, e-commerce can be an effective tool for millennials to build independent businesses with broad social and economic impact.

Keywords : E-Commerce, Millennials

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan bisnis. Salah satu wujud nyata dari transformasi digital tersebut adalah kemunculan e-commerce, yang kini telah menjadi bagian penting dalam aktivitas jual beli masyarakat modern. E-commerce tidak hanya mempermudah konsumen dalam berbelanja, tetapi juga membuka peluang luas bagi siapa saja untuk memulai usaha tanpa harus memiliki toko fisik.

Generasi milenial, sebagai generasi yang tumbuh bersama perkembangan teknologi, memiliki keunggulan dalam hal adaptasi digital, kreativitas, dan keberanian mengambil risiko. Hal ini menjadikan mereka aktor potensial dalam dunia kewirausahaan berbasis digital. E-commerce menjadi platform strategis yang memungkinkan milenial untuk menyalurkan ide, menjangkau pasar yang lebih luas, dan memulai usaha dengan modal yang relatif kecil.

Namun, meskipun peluangnya besar, masih banyak tantangan yang dihadapi, seperti persaingan ketat, kurangnya literasi digital bisnis, dan minimnya pemahaman tentang strategi pemasaran online yang efektif. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam bagaimana potensi e-commerce dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai wadah kewirausahaan bagi generasi milenial, serta strategi apa yang perlu dikembangkan agar mereka dapat bertahan dan berkembang dalam ekosistem digital yang dinamis ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Perkembangan teknologi digital telah menciptakan perubahan besar dalam pola ekonomi global, salah satunya melalui munculnya e-commerce atau perdagangan elektronik. Di Indonesia, pertumbuhan e-commerce meningkat signifikan seiring dengan penetrasi internet dan penggunaan smartphone yang semakin luas. Hal ini membuka peluang baru dalam dunia kewirausahaan, di mana siapa pun kini dapat membangun bisnis tanpa memerlukan toko fisik atau modal besar. Kemudahan akses ke platform digital menjadi salah satu faktor pendorong utama munculnya wirausaha-wirausaha baru, terutama di kalangan generasi milenial.

Generasi milenial dikenal sebagai kelompok usia yang tumbuh dan berkembang bersama kemajuan teknologi. Mereka cenderung adaptif terhadap perubahan, memiliki kemampuan literasi digital yang baik, serta cenderung tertarik untuk menciptakan solusi kreatif dalam berbagai bidang. Dengan karakteristik tersebut, generasi ini sangat potensial

untuk terlibat aktif dalam dunia kewirausahaan digital. E-commerce menjadi media yang cocok bagi milenial untuk menyalurkan ide bisnis, mengembangkan produk, dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Salah satu keunggulan utama e-commerce bagi milenial adalah fleksibilitas. Mereka dapat mengelola usaha kapan saja dan di mana saja, cukup dengan perangkat digital dan koneksi internet. Selain itu, berbagai fitur pendukung seperti sistem pembayaran online, layanan logistik, dan promosi berbasis algoritma membuat proses bisnis menjadi lebih efisien. Berbagai platform seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, hingga media sosial seperti Instagram dan TikTok Shop juga memberikan ruang kreatif yang luas bagi milenial untuk memasarkan produk mereka secara lebih personal dan interaktif.

Namun demikian, potensi besar ini juga diiringi dengan tantangan yang tidak ringan. Persaingan dalam dunia e-commerce sangat ketat, mengingat rendahnya hambatan masuk dan banyaknya pelaku usaha yang bermunculan setiap hari. Milenial perlu memiliki strategi yang tepat untuk membangun brand, membedakan produk, serta mempertahankan loyalitas pelanggan. Tanpa perencanaan yang matang dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan tren pasar, usaha yang dijalankan berisiko stagnan atau bahkan gulung tikar.

Tantangan lainnya adalah keterbatasan pemahaman sebagian milenial terhadap aspek manajerial bisnis digital, seperti pengelolaan keuangan, logistik, pelayanan pelanggan, dan perlindungan hukum dalam transaksi online. Banyak wirausaha muda yang memulai usaha karena dorongan tren, namun kurang dibekali ilmu bisnis yang cukup. Hal ini seringkali menghambat pertumbuhan usaha, terutama saat bisnis mulai berkembang dan menghadapi kompleksitas yang lebih tinggi.

Untuk mengoptimalkan potensi e-commerce sebagai wadah kewirausahaan milenial, diperlukan peran berbagai pihak. Pemerintah dapat berkontribusi melalui program pelatihan, pendampingan, dan regulasi yang mendukung tumbuhnya bisnis digital. Institusi pendidikan juga memiliki peran penting dalam menanamkan semangat kewirausahaan berbasis teknologi sejak dini. Di sisi lain, milenial sendiri harus terus mengembangkan kapasitas diri melalui pembelajaran dan pengalaman langsung di lapangan.

Secara keseluruhan, e-commerce merupakan peluang besar yang patut dimaksimalkan oleh generasi milenial dalam menciptakan kemandirian ekonomi dan memperkuat sektor UMKM berbasis digital. Dengan dukungan teknologi, strategi yang tepat, serta kesiapan mental dan keterampilan, milenial dapat menjadikan e-commerce sebagai jalan untuk

menciptakan bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga memberi dampak sosial dan ekonomi yang luas. Maka dari itu, menggali dan mengembangkan potensi ini merupakan langkah penting menuju masa depan kewirausahaan yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

## **KESIMPULAN**

E-commerce telah menjadi sarana strategis bagi generasi milenial dalam mengembangkan kewirausahaan di era digital. Didukung oleh kemajuan teknologi, akses internet yang luas, serta karakteristik milenial yang adaptif dan kreatif, platform e-commerce menawarkan peluang besar untuk memulai usaha dengan modal terbatas dan jangkauan pasar yang luas. Namun, di balik peluang tersebut, terdapat berbagai tantangan seperti persaingan ketat, kurangnya literasi bisnis digital, serta keterbatasan dalam manajemen dan strategi pemasaran. Oleh karena itu, keberhasilan dalam berwirausaha melalui e-commerce tidak hanya bergantung pada ide kreatif, tetapi juga pada kemampuan untuk terus belajar, beradaptasi, dan membangun strategi yang matang. Peran pemerintah, lembaga pendidikan, serta komunitas bisnis sangat penting dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan digital yang mendukung. Dengan pendekatan yang tepat, e-commerce dapat menjadi wadah yang efektif bagi milenial untuk menciptakan bisnis yang berkelanjutan dan berdampak positif.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aprillianti. (2020). Peran Generasi Milenial dalam Perkembangan Kewirausahaan Digital di Indonesia. *Jurnal ilmu ekonomi dan sosial*, 112-120.
- Handayani, P. d. (2021). Strategi Pemasaran Digital bagi Wirausaha Muda di Era E-Commerce. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 201-213.
- Saputra. (2018). E-Commerce dan Potensinya dalam Meningkatkan Kewirausahaan Generasi Muda. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 35-44.
- Yuliana, A. d. (2021). E-commerce telah menjadi sarana strategis bagi generasi milenial dalam mengembangkan kewirausahaan di era digital. Didukung oleh kemajuan teknologi, akses internet yang luas, serta karakteristik milenial yang adaptif dan kreatif, platform e-commerce menaw. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 45-56.