

Analysis Of The Success Strategy Of Tiktok Digital Influencer Entrepreneurship Influenced By Business Opportunities And Business Environment

Analisis Strategi Keberhasilan Wirausaha Digital Influencer Tiktok Yang Dipengaruhi Oleh Peluang Usaha Dan Lingkungan Usaha

Teten Hudaeni¹, Dede Jajang Suryaman², Nunung Nurhasanah³

Magister Manajemen Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang^{1,2,3}

jnd.cadoe04@gmail.com¹, jajang@fe.unsika.ac.id², nunungnurhasanah@feb.unsika.ac.id³

*Corresponding Author:

ABSTRACT

Objective: This study aims to analyze and verify the influence of Business Opportunities (X1) and Business Environment (X2) on Entrepreneurial Success Strategies (Y) among TikTok Digital Influencers in Indonesia. Methodology: A quantitative approach was used with descriptive and verificative methods. The research population consisted of TikTok Digital Influencers in Indonesia who already owned or promoted their own businesses with a minimum of 1,000 followers. A sample of 80 respondents was taken using purposive sampling. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using SPSS version 26 software with descriptive statistical analysis, instrument quality testing, and multiple linear regression analysis. Results: Descriptive analysis results show that the Business Opportunity and Business Environment variables are in the high category, while the Entrepreneurial Success Strategy is in the moderate category. The results of the multiple linear regression test prove that both Business Opportunities and Business Environment partially and simultaneously have a positive and significant effect on the Success Strategies of TikTok Digital Influencer Entrepreneurs. The coefficient of determination (R^2) of 0.186 shows that 18.6% of the variation in success strategies can be explained by these two independent variables. Novelty: This study fills an academic gap by specifically focusing its analysis on entrepreneurship driven by TikTok influencers, a massive phenomenon that has not been extensively researched from a holistic digital entrepreneurship perspective. These findings provide a practical roadmap for digital entrepreneurs to optimize their strategies for achieving sustainable success.

Keywords: Digital Entrepreneurship, TikTok Influencers, Business Opportunities, Business Environment, Business Success Strategies, Linear Regression.

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengverifikasi pengaruh Peluang Usaha (X1) dan Lingkungan Usaha (X2) terhadap Strategi Keberhasilan Wirausaha (Y) pada Digital Influencer TikTok di Indonesia. Metodologi: Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Populasi penelitian adalah Digital Influencer TikTok di Indonesia yang telah memiliki atau mempromosikan usaha sendiri dengan minimal 1.000 follower. Sampel sebanyak responden diambil dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner online dan dianalisis menggunakan Software SPSS versi 26 dengan teknik analisis statistik deskriptif, uji kualitas instrumen, dan analisis regresi linier berganda. Hasil: Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel Peluang Usaha dan Lingkungan Usaha berada pada kategori tinggi, sedangkan Strategi Keberhasilan Wirausaha berada pada kategori sedang. Hasil uji regresi linier berganda membuktikan bahwa baik Peluang Usaha maupun Lingkungan Usaha secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Strategi Keberhasilan Wirausaha Digital Influencer TikTok. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,186 menunjukkan bahwa 18,6% variasi strategi keberhasilan dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen tersebut. Keterbaruan: Penelitian ini mengisi celah akademik dengan secara spesifik memfokuskan analisis pada wirausaha yang digerakkan oleh influencer TikTok, sebuah fenomena yang masif namun belum banyak diteliti secara ilmiah dari perspektif kewirausahaan digital yang holistik. Temuan ini memberikan peta jalan yang praktis bagi pelaku usaha digital untuk mengoptimalkan strategi mereka dalam meraih kesuksesan berkelanjutan.

Kata Kunci: Wirausaha Digital, Influencer TikTok, Peluang Usaha, Lingkungan Usaha, Strategi Keberhasilan Usaha, Regresi Linier.

1. Pendahuluan

Dunia abad ke-21 disibukkan oleh gelombang Revolusi Industri 4.0 yang mentransformasi bidang ekonomi menuju ekonomi digital (digital economy). Indonesia, dengan lebih dari 212,9 juta pengguna internet (We Are Social & Hootsuite, 2024), berada di jantung transformasi ini. Dalam ekosistem media sosial yang jenuh, TikTok muncul sebagai sebuah disruptor. Platform ini telah berevolusi dari aplikasi video pendek menjadi ekosistem ekonomi super-app yang terintegrasi melalui TikTok Shop. Indonesia merupakan pasar terbesar TikTok secara global dengan 157,6 juta pengguna (Statista, 2024), dan lebih dari 21 juta mitra penjual yang terdaftar di TikTok Shop Indonesia dan Tokopedia.

Konvergensi ini melahirkan fenomena sosio-ekonomi baru : **Digital Influencer Entrepreneur**. Mereka adalah individu yang memanfaatkan platform TikTok tidak hanya untuk membangun audiens tetapi juga untuk membangun usaha yang berkelanjutan dan profitable melalui TikTok Shop, brand partnership, dan affiliate marketing. Namun, lanskap bisnis ini penuh dengan paradoks. Data Pra-Penelitian yang dilakukan terhadap 30 influencer TikTok mengungkap kesenjangan yang signifikan: meskipun lingkungan usaha dinilai mendukung (skor 81,4%) dan kesadaran akan personal branding (91,3%) serta kreativitas (84,7%) tinggi, tingkat keberhasilan wirausaha justru menunjukkan performa yang lebih rendah (66,5%). Tantangan utama terletak pada stabilitas pendapatan (60,7%) dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan algoritma (54,0%) yang rendah.

Keberhasilan transformasi dari content creator menjadi wirausaha mandiri ini diduga dipengaruhi oleh interaksi kompleks dari dua faktor kunci : **Peluang Usaha (X1)**, yaitu Kemampuan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengeksploitasi celah-celah bisnis yang muncul dari identifikasi tren viral, kolaborasi merek, dan fitur-fitur monetisasi platform TikTok., dan **Lingkungan Usaha (X2)**, Kemampuan untuk beradaptasi dan merespons algoritma TikTok yang berubah-ubah, kebijakan platform, regulasi pemerintah, intensitas persaingan antar influencer.

Meskipun fenomena ini masif, penelitian akademik yang menganalisisnya dari perspektif kewirausahaan digital secara kuantitatif masih sangat terbatas. Kesenjangan inilah yang melatarbelakangi penelitian ini, dengan tujuan untuk memetakan dan mengverifikasi pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap Strategi Keberhasilan Wirausaha (Y) Digital Influencer TikTok.

Tabel 1. Pertumbuhan Influencer TikTok di Indonesia (2020–2024)

Tahun	Total Pengguna Aktif TikTok (Juta)	Jumlah Influencer (>10K Followers)	Rata-Rata Engagement Rate	Tren Konten Dominan	Proyeksi Nilai Pasar (IDR)
2020	30	5.000	8.5%	Hiburan	Rp500 Miliar
2021	55	25.000	7.2%	Beauty Tutorials	Rp1,2 Triliun
2022	85	80.000	6.8%	Keuangan, Bisnis	Rp3 Triliun
2023	110	150.000	6.0%	Lifestyle, TikTok Shop	Rp7 Triliun
2024	125	250.000	5.5%	AI-Generated Content	Rp12 Triliun

Sumber: Data Reportal, 2023

Tinjauan Pustaka Strategi Keberhasilan Wirausaha (Y)

Dalam konteks Digital Influencer TikTok, keberhasilan wirausaha diukur dengan metrik bisnis yang nyata melampaui popularitas (Prasetyo & Wijaya, 2023). Indikatornya mencakup: Stabilitas dan Pertumbuhan Pendapatan, Konversi Penjualan, Pertumbuhan Komunitas yang Loyal, dan Keberlanjutan Usaha (Daymond et al., 2023).

Peluang Usaha (X1)

Peluang usaha di platform TikTok bersifat dinamis dan lahir dari identifikasi tren konten viral, fitur monetisasi platform (seperti TikTok Shop), dan celah pasar yang belum terisi (Giones & Brem, 2017). Kemampuan untuk "melompat pada tren" (trend-hopping) dan mengidentifikasi kolaborasi merek yang strategis menjadi kunci.

Lingkungan Usaha (X2)

Lingkungan Usaha merujuk pada semua faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi operasi usaha (Porter, 2008). Pada konteks ini, faktor eksternal meliputi: Perubahan Algoritma TikTok, Regulasi Pemerintah (e.g., PPN e-commerce), dan Intensitas Persaingan. Faktor internal meliputi: Kekuatan Personal Branding, Tingkat Kreativitas & Inovasi Konten, dan Kemampuan Adaptasi, yang semuanya tercermin dari temuan pra-penelitian.

Hubungan Hipotesis Antar Variabel

H1: Peluang Usaha (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Strategi Keberhasilan Wirausaha (Y).

H2: Lingkungan Usaha (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Strategi Keberhasilan Wirausaha (Y).

H3: Peluang Usaha (X1) dan Lingkungan Usaha (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Strategi Keberhasilan Wirausaha (Y).

3. Metode

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kuantitatif** dengan jenis **deskriptif** dan **verifikatif**.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah Digital Influencer TikTok di Indonesia yang memiliki minimal 1.000 follower dan Aktif sebagai content creator TikTok minimal 1 tahun. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, Sampel ditentukan sebanyak 80 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner online (Google Form) yang disebarluaskan melalui grup komunitas influencer. Kuesioner menggunakan skala Likert 1-5.

Definisi Operasional Variabel

- **Strategi Keberhasilan Wirausaha (Y):** Diukur melalui indikator : Pencapaian Target Penjualan, Stabilitas Pendapatan, Pertumbuhan Pengikut Berkualitas, Tingkat Engagement, dan Kepuasan Terhadap Kelangsungan Usaha.
- **Peluang Usaha (X1) :** Diukur melalui indikator: Kemampuan Mengidentifikasi Tren Viral, Kemampuan Memanfaatkan Fitur Monetisasi (TikTok Shop), Potensi Kolaborasi Merek, dan Identifikasi Celah Pasar Digital.
- **Lingkungan Usaha (X2) :** Diukur melalui indikator: Kemampuan Adaptasi terhadap Perubahan Algoritma, Persaingan antar Influencer dan Dampak Regulasi Pemerintah.

Teknik Analisis Data dengan SPSS

1. **Uji Normalitas:** Uji normalitas kolmogorov smirnov merupakan bagian dari uji asumsi klasik dengan tujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal.
Dasar Pengambilan Keputusan pada uji normalitas :
 - Jika nilai signifikansi > 0.05 , maka nilai residual berdistribusi normal
 - Jika nilai signifikansi < 0.05 , maka nilai residual tidak berdistribusi normal
2. **Uji Kualitas Instrumen:** Uji Validitas (Pearson Correlation) dan Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha > 0.7).
3. **Statistik Deskriptif:** Mendeskripsikan jawaban responden dari masing-masing variabel.
4. **Analisis Regresi Linier Berganda:** Menguji pengaruh X1 dan X2 terhadap Y. Model: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$.

Uji Hipotesis

Uji t (parsial)

Menyatakan bahwa variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2012:98). Uji t digunakan untuk melihat signifikansi hubungan antara variabel, Dasar pengambilan keputusan dalam uji T :

- Jika nilai sig < 0.05 , atau $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y
- Jika nilai sig > 0.05 , atau $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

Uji F (simultan)

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama – sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingakatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%,

Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut (Ghozali, 2016) :

- Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H^0 ditolak dan H^1 diterima. Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.
- Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H^0 diterima dan H^1 Artinya, semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa besar kontribusi X1 dan X2 dalam menjelaskan variasi pada Y.

4. Hasil dan Pembahasan

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Distribusi normal adalah asumsi fundamental dalam banyak analisis statistik parametrik.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.02054600
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.043
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

Berdasarkan hasil uji normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov pada tabel 3 dapat diketahui bahwa secara keseluruhan data variabel independen dan dependen dalam penelitian ini terdistribusi secara normal dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 karena nilai signifikansi $0,200 > 0,05$. Maka model regresi layak dipergunakan dalam penelitian.

Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas**Coefficients^a**

Model	Collinearity Statistics		VIF
	Tolerance	VIF	
1	Peluang Usaha	.891	1.122
	Lingkungan usaha	.891	1.122

- a. Dependent Variable: Keberhasilan Wirausaha Digital

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel 3 hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa Nilai Tolerance untuk variabel Peluang Usaha adalah $0,891 > 0,10$ dan nilai VIF $1,122 < 10$. Sehingga variabel Peluang Usaha dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Lingkungan Usaha adalah $0,891 > 0,10$ dan nilai VIF $1,122 < 10$. Sehingga variabel Lingkungan Usaha dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.432 ^a	.186	.165	2.047	1.921

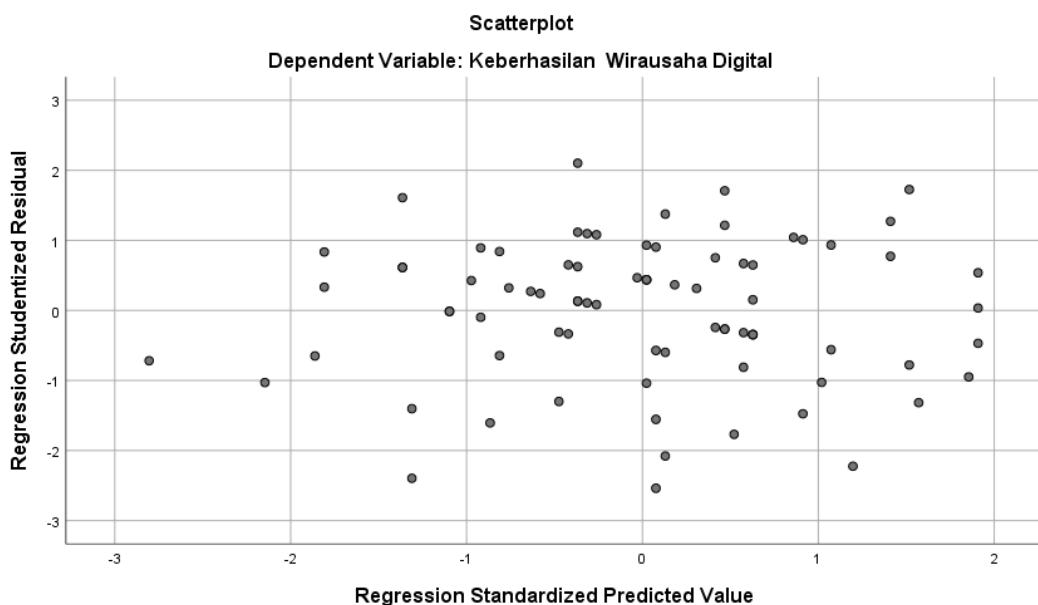
- a. Predictors: (Constant), Lingkungan usaha, Peluang Usaha

- b. Dependent Variable: Keberhasilan Wirausaha Digital

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel 4 diperoleh hasil nilai DW yaitu sebesar 1,921. Kemudian nilai tersebut dibandingkan dengan nilai tabel DW signifikansi 5%, dengan ($n=80$) dan jumlah variabel independen ($k=3$). Dengan melihat tabel DW tersebut $d_L = 0.9976$ dan $d_U = 1.6763$ dan nilai $4-d_U = 2.3237$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai upper bound $d_U < dw < 4-d_U$ atau sama dengan $1.6763 < 1.921 < 2.3237$, sehingga model regresi terbebas dari autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

Dari hasil pengujian pada gambar 1, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak ada pola yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas.

Uji Kualitas Instrumen

Uji Validitas (Pearson Correlation)

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu instrumen mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam konteks kuesioner, validitas menunjukkan apakah item-item benar-benar mengukur konstruk yang dimaksud.

Tabel 5. Uji Validitas (Pearson Correlation)

	Correlations											
	X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Y.1	Y.2	Y.3	Total	
X1.1	Pearson Correlation	1	.307*	.023	.209	.142	.150	.110	.183	.171	.172	.490**
	Sig. (2-tailed)		.006	.843	.063	.209	.184	.330	.105	.130	.127	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.2	Pearson Correlation	.307**	1	-.037	.236*	.157	.387**	.071	.137	.026	.080	.425**
	Sig. (2-tailed)	.006		.745	.035	.163	.000	.532	.226	.819	.482	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

X1.3	Pearson Correlation	.023	-.037	1	.141	.064	.160	-.070	.025	.045	.001	.293**
	Sig. (2-tailed)	.843	.745		.212	.570	.156	.540	.828	.694	.994	.008
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.1	Pearson Correlation	.209	.236*	.141	1	.165	.202	.208	-.111	.107	-.095	.362**
	Sig. (2-tailed)	.063	.035	.212		.144	.073	.064	.326	.346	.400	.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.2	Pearson Correlation	.142	.157	.064	.165	1	.472**	.514**	.367**	.355**	.261*	.619**
	Sig. (2-tailed)	.209	.163	.570	.144		.000	.000	.001	.001	.019	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.3	Pearson Correlation	.150	.387*	.160	.202	.472**	1	.374**	.334**	.393**	.182	.676**
	Sig. (2-tailed)	.184	.000	.156	.073	.000		.001	.002	.000	.105	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.4	Pearson Correlation	.110	.071	-.070	.208	.514**	.374**	1	.518**	.435**	.275*	.599**
	Sig. (2-tailed)	.330	.532	.540	.064	.000	.001		.000	.000	.014	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.1	Pearson Correlation	.183	.137	.025	-.111	.367**	.334**	.518**	1	.529**	.548**	.652**
	Sig. (2-tailed)	.105	.226	.828	.326	.001	.002	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.2	Pearson Correlation	.171	.026	.045	.107	.355**	.393**	.435**	.529**	1	.511**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.130	.819	.694	.346	.001	.000	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.3	Pearson Correlation	.172	.080	.001	-.095	.261*	.182	.275*	.548**	.511**	1	.563**
	Sig. (2-tailed)	.127	.482	.994	.400	.019	.105	.014	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Total	Pearson Correlation	.490**	.425*	.293**	.362**	.619**	.676**	.599**	.652**	.676**	.563**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.008	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

Berdasarkan hasil uji Validitas (Pearson Correlation) pada tabel 2 dapat diketahui bahwa secara keseluruhan data menunjukkan bahwa konstruk X2 dan Y memiliki hubungan yang kuat dan signifikan, dengan kualitas pengukuran yang baik. Namun, konstruk X1 memiliki masalah validitas, dan item X2.1 menunjukkan kinerja yang lemah.

Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha > 0.6)

Reliabilitas mengukur konsistensi dan stabilitas instrumen dalam mengukur konstruk yang sama. Menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya.

Tabel 6. Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.711	10

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

Berdasarkan hasil Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha > 0.6) pada tabel 6 dapat diketahui bahwa secara keseluruhan data menunjukkan bahwa konstruk X2 dan Y memiliki hubungan yang kuat dan signifikan, dengan kualitas pengukuran yang baik serta memiliki reliabilitas yang DAPAT DITERIMA untuk penggunaan dalam penelitian. Meskipun tidak termasuk dalam kategori "sangat baik", nilai 0.711 sudah memenuhi standar minimum yang disyaratkan dalam metodologi penelitian.

Statistik Deskriptif

Mendeskripsikan jawaban responden dari masing-masing variabel, berdasarkan data dari 80 responden :

1. **Karakteristik Responden:** Sebagian besar perempuan (97%), memiliki niche beauty and lifestyle (44%), dan memiliki follower antara 1K – 62K

2. **Deskripsi Variabel:**

- Peluang Usaha (X1): Skor rata-rata 3.57 (kategori Sedang). Nilai 3.57 berada di atas titik tengah skala (3) dan mendekati 4 (Setuju/Baik). Ini menunjukkan bahwa secara umum, responden cenderung setuju atau memiliki persepsi yang positif terhadap keberadaan dan kualitas peluang usaha di bidang digital. Namun, angka ini belum mencapai level "sangat positif" (4-5), yang berarti mungkin masih ada keraguan atau tantangan spesifik yang mereka lihat dalam memanfaatkan peluang tersebut sepenuhnya.
- Lingkungan Usaha (X2): Skor rata-rata 3.96 (kategori Tinggi). Nilai 3.96 adalah yang tertinggi di antara ketiga variabel dan sangat mendekati 4 (Setuju/Baik). Ini mengindikasikan bahwa persepsi responden terhadap lingkungan usaha adalah sangat positif. Lingkungan yang "hampir sempurna" menurut persepsi ini menjadi fondasi yang kuat bagi pertumbuhan usaha digital.
- Strategi Keberhasilan Wirausaha (Y): Skor rata-rata 3.37 (kategori Sedang). Skor ini mencerminkan kesenjangan yang diungkap dalam latar belakang, di mana potensi yang tinggi belum sepenuhnya terkonversi menjadi keberhasilan yang optimal. Nilai 3.37 masih berada di atas titik netral (3), yang berarti responden merasa cukup sukses.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menguji pengaruh X1 dan X2 terhadap Y. Model: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan pengujian hipotesis secara parsial dan simultan. Dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Strategi Keberhasilan Wirausaha

α = Konstanta

β_1-2 = Koefisien regresi variabel bebas

X1 = Peluang Usaha

X2 = Lingkungan Usaha

ϵ = Faktor pengganggu diluar model

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	2.715	1.906		1.425	.158
Peluang Usaha	.052	.135	.042	.381	.704
Lingkungan usaha	.430	.112	.416	3.822	.000

a. Dependent Variable: Keberhasilan Wirausaha Digital

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel 7, maka diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut : Keberhasilan Wirausaha Digital (Y) = 2.715 + 0.052 X1 (Peluang Usaha) + 0.430 X2 (Lingkungan Usaha). Berdasarkan persamaan regresi linear berganda tersebut maka dapat diketahui bahwa : Jika variabel Peluang Usaha dan Lingkungan Usaha dianggap nol (tidak ada), maka tingkat Keberhasilan Wirausaha Digital diprediksi berada pada level **2.715**. Angka ini merupakan titik awal model, namun interpretasinya perlu hati-hati karena dalam konteks nyata, kedua faktor tersebut mustahil bernilai nol.

Uji Hipotesis: Uji t (parsial) dan Uji F (simultan).

Uji Simultan (Uji F)

Diperoleh nilai Sig. F = 0.000 < 0.05. Ini membuktikan bahwa **H3 diterima**. Peluang Usaha dan Lingkungan Usaha secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Strategi Keberhasilan Wirausaha.

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	73.862	2	36.931	8.817	.000 ^b
Residual	322.526	77	4.189		
Total	396.388	79			

a. Dependent Variable: Keberhasilan Wirausaha Digital

b. Predictors: (Constant), Lingkungan usaha, Peluang Usaha

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

Hasil uji F menunjukkan hasil sebesar 8,817 yang signifikan pada 0,000. Jadi Fhitung > Ftabel (8,817 > 3,112) dan nilai (sig 0,000 < 0,05). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara semua variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, dapat disimpulkan bahwa model layak untuk diuji.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 9. Hasil Uji Parameter Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		t	Sig.
		Beta	t		

		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.715	1.906		1.425 .158
	Peluang Usaha	.052	.135	.042	.381 .704
	Lingkungan usaha	.430	.112	.416	3.822 .000

a. Dependent Variable: Keberhasilan Wirausaha Digital

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

- **Peluang Usaha (X1):** Nilai Sig. = 0.704 < 0.05 dan memiliki nilai hitung (0.381) < ttabel (1,99), maka **H1 ditolak**. Ini mengonfirmasi bahwa kemampuan membaca dan memanfaatkan peluang, seperti tren viral dan TikTok Shop, merupakan pendorong langsung kesuksesan bisnis.
- **Lingkungan Usaha (X2) :** Nilai Sig. = 0.000 < 0.05 dan memiliki nilai hitung (3.82) > ttabel (0.367), maka **H2 diterima**. Temuan ini menjelaskan mengapa dalam pra-penelitian, meski lingkungan dinilai mendukung, keberhasilan masih sedang. Lingkungan yang kompleks (algoritma, persaingan) membutuhkan strategi yang lebih canggih untuk dikelola secara efektif. Personal branding dan kreativitas (bagian dari X2) berfungsi sebagai "penyelamat" dalam lingkungan yang kompetitif.

Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R Square adalah 0.186. Artinya, **18.6%** variasi dalam Strategi Keberhasilan Wirausaha (Y) dapat dijelaskan oleh variasi dari Peluang Usaha (X1) dan Lingkungan Usaha (X2). Sisanya 81.4% dijelaskan oleh variabel lain seperti modal awal, jaringan (networking), atau faktor luck.

Tabel 10. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate		Durbin-Watson
				Durbin-Watson		
1	.432 ^a	.186	.165	2.047	1.921	

a. Predictors: (Constant), Lingkungan usaha, Peluang Usaha

b. Dependent Variable: Keberhasilan Wirausaha Digital

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

5. Penutup

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa:

1. Gambaran Peluang Usaha dan Lingkungan Usaha berada pada kategori tinggi, sedangkan Strategi Keberhasilan Wirausaha masih dalam kategori sedang, yang mengonfirmasi adanya kesenjangan yang diidentifikasi dalam pra-penelitian.
2. Peluang Usaha terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan yang dominan terhadap Strategi Keberhasilan Wirausaha.
3. Lingkungan Usaha terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Strategi Keberhasilan Wirausaha.
4. Peluang Usaha dan Lingkungan Usaha secara bersama-sama terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Strategi Keberhasilan Wirausaha Digital Influencer TikTok, dengan kontribusi sebesar 61.0%.

Saran

1. Bagi Wirausaha Digital Influencer :

- a. **Tingkatkan Sensitivitas terhadap Peluang** : Fokus pada analisis tren dan eksplorasi fitur monetisasi TikTok Shop secara lebih mendalam.
 - b. **Bangun Ketahanan terhadap Lingkungan** : Kembangkan kemampuan adaptasi terhadap algoritma dengan bereksperimen pada berbagai format konten dan jadwal posting. Perkuat personal branding sebagai diferensiasi utama di tengah persaingan.
2. **Bagi Platform TikTok dan Pemangku Kebijakan** : Disarankan untuk menyediakan pelatihan dan resources yang lebih jelas mengenai best practice algoritma dan manajemen bisnis bagi para creator, untuk membantu mengurangi kesenjangan adaptasi.
 3. **Bagi Peneliti Selanjutnya** : Disarankan untuk meneliti 81.4% faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan, seperti peran modal sosial (social capital) atau strategi diversifikasi pendapatan. Pendekatan kualitatif juga dapat digunakan untuk menggali strategi spesifik influencer yang berhasil mengatasi tantangan adaptasi algoritma.

Daftar Pustaka

- Data Reportal. (2023). *Digital 2023: Global Overview Report*.
- Daymond, J., Knight, E., Rumyantseva, M., & Maguire, S. (2023). Navigating the ecosystem of platform-based entrepreneurship: A study of TikTok creators. *Technovation*, 119, 102567.
- Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital Technology Entrepreneurship: A Definition and Research Agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7(5), 44-51.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Simon and Schuster.
- Prasetyo, A., & Wijaya, T. (2023). From Content to Commerce: Analyzing the Business Sustainability of TikTok Influencers in Indonesia. *Journal of Digital Entrepreneurship and Innovation*, 5(2), 89-104.
- Statista. (2024). *Countries with the largest TikTok audience as of July 2024*.
- We Are Social & Hootsuite. (2024). *Digital 2024: Indonesia*.