

FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KEGAGALAN BISNIS KONVENSIIONAL DAN BISNIS ONLINE

Irah Nurjanah^{*1}, Rwand Zahratu Syita², Nuraeni³, Abdurohim⁴

Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Islam Institut Miftahul Huda Subang^{1,2,3,4}

Email: Irahnurjanah7@gmail.com¹, zahratusyitarwand@gmail.com²,
enin10552@gmail.com³, abdurohim21274@gmail.com⁴

ABSTRACT: *Business failure is a common phenomenon that occurs among both novice entrepreneurs and well-established enterprises. This article examines various key factors underlying business failure from both conventional operational perspectives and digital/online business ecosystems. The methodology employs a literature review approach by analyzing expert perspectives and findings from previous research. The results of the study indicate that the dominant factors causing business failure include internal aspects such as weak management competence, immature business planning, poor financial and cash flow management, unstrategic location selection, limited experience, and the absence of a clear long-term vision. Meanwhile, in the context of online business, crucial barriers are further compounded by a lack of in-depth knowledge regarding digital marketing mechanisms, an inability to adapt to massive technological shifts, and highly intense market competition. A comprehensive understanding of these risk factors is expected to minimize the potential for bankruptcy among entrepreneurs.*

Keywords: *Business Failure, Management Competence, Cash Flow, Online Business, Digital Strategy*

ABSTRAK: *Kegagalan dalam dunia bisnis merupakan suatu fenomena yang sering terjadi baik pada pelaku usaha pemula maupun yang telah lama beroperasi. Artikel ini mengkaji berbagai faktor utama yang melatarbelakangi kegagalan bisnis, baik dari perspektif operasional konvensional maupun ekosistem bisnis digital/online. Metode penulisan menggunakan pendekatan literatur review dengan menganalisis pemikiran para ahli dan hasil penelitian terdahulu. Hasil kajian menunjukkan bahwa faktor dominan penyebab kegagalan usaha meliputi aspek internal seperti kompetensi manajemen yang lemah, perencanaan usaha yang kurang matang, pengelolaan keuangan dan arus kas yang buruk, pemilihan lokasi yang tidak strategis, keterbatasan pengalaman, serta ketiadaan visi jangka panjang yang jelas. Sementara itu, dalam konteks bisnis online, hambatan krusial ditambah oleh kurangnya pengetahuan mendalam mengenai mekanisme digital marketing, ketidakmampuan beradaptasi dengan perubahan teknologi yang masif, serta intensitas persaingan pasar yang sangat tinggi. Pemahaman komprehensif mengenai faktor-faktor risiko ini diharapkan dapat meminimalisir potensi kebangkrutan bagi para wirausahawan.*

Kata Kunci: *Kegagalan Bisnis, Kompetensi Manajemen, Arus Kas, Bisnis Online, Strategi Digital*

PENDAHULUAN

Menurut pandangan Marom dan Lussier, terdapat sejumlah multi-faktor multidimensional yang secara signifikan dapat memicu terjadinya kegagalan usaha. Faktor-faktor kritis tersebut mencakup modal kerja, efektivitas manajemen keuangan, kedalaman pengalaman industri, kapabilitas pengalaman manajemen, kualitas perencanaan strategis, keterlibatan penasihat profesional, ketersediaan pelatihan, optimalisasi sumber daya manusia, ketepatan waktu peluncuran produk atau jasa, manajemen waktu keuangan, faktor usia pemilik, jejaring mitra, peran orang tua, keberpihakan kaum minoritas, hingga ketajaman penetrasi pemasaran. Di sisi lain, Mohammad mengklasifikasikan secara lebih spesifik 10 faktor utama yang kerap menjerumuskan usaha kecil dan menengah (UKM) ke dalam jurang kegagalan, yaitu: (1) kurangnya pengalaman manajerial, (2) keterbatasan modal, (3) penempatan lokasi fisik yang buruk, (4) sistem manajemen inventaris yang lemah, (5) investasi aset tetap yang berlebihan secara tidak proporsional, (6) pengaturan kebijakan kredit yang buruk, (7) penyelewengan dana perusahaan untuk pemenuhan kebutuhan pribadi, (8) hambatan pertumbuhan yang tidak terduga, (9) intensitas persaingan pasar, dan (10) volume penjualan yang terlalu rendah.

Lebih lanjut, analisis dari Arasti et al. menjabarkan bahwa tingkat kegagalan bisnis dapat diukur dan dipengaruhi oleh situasi makroekonomi, dinamika kebijakan ekonomi pemerintah, laju perkembangan teknologi, dinamika faktor sosial, pengelolaan hubungan pelanggan, kedekatan hubungan pemasok, intensitas persaingan, manajemen perbankan yang buruk, faktor kecelakaan kerja, degradasi motivasi, kurangnya keterampilan teknis, ketidakmampuan manajerial, buruknya kualitas produk, komplikasi kemitraan, kekeliruan eksekusi strategi formulasi, dan kelemahan tata kelola sumber daya manusia (Ali & Kodrat, 2017).

Pada era kontemporer ini, arus persaingan global yang sangat ketat dan tidak terelakkan telah menjadi tantangan fundamental tersendiri bagi ekosistem bisnis di Indonesia. Pelaku usaha dituntut secara mutlak untuk mampu memahami hingga mengintegrasikan sistem bisnis digital guna mempertahankan eksistensinya. Generasi milenial memang diakui sangat faham dan adaptif akan adanya teknologi informasi karena terbiasa berinteraksi langsung dengan internet dan gawai. Namun demikian, fenomena kewirausahaan digital ini menawarkan peluang yang sangat kaya di masa depan sekaligus menghadirkan ancaman kegagalan yang tidak kalah besar apabila tidak dikelola secara profesional (Gunawan, 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan literatur review (literature review) untuk mengeksplorasi, mengkaji, dan menganalisis berbagai faktor utama penyebab kegagalan bisnis, baik dalam ranah bisnis konvensional maupun ekosistem bisnis digital atau online. Pendekatan ini dipilih guna menelaah secara komprehensif berbagai literatur terdahulu, artikel ilmiah, serta pemikiran para ahli di bidang manajemen dan kewirausahaan terkait variabel-variabel risiko yang memicu kebangkrutan usaha.

Sumber bahan pustaka yang digunakan mencakup literatur sekunder yang diperoleh melalui penelaahan mendalam terhadap jurnal ilmiah, prosiding seminar, serta referensi teoretis yang

relevan dengan topik manajemen bisnis, keuangan, dan strategi digital. Seluruh data literatur tersebut kemudian dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk memetakan dan mengklasifikasikan faktor-faktor kegagalan ke dalam dimensi internal operasional konvensional maupun tantangan spesifik dalam ekosistem bisnis online secara sistematis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-Faktor Utama Penyebab Kegagalan Bisnis

1. Kompetensi Manajemen

Faktor ini merupakan aspek yang paling mendominasi dan memiliki pengaruh signifikan dibandingkan dengan variabel lainnya. Kualifikasi manajemen bukanlah sekadar pelengkap formalitas, melainkan fondasi utama dalam pendirian dan tata kelola keberlanjutan perusahaan. Keterampilan teknis yang dikombinasikan dengan pengetahuan mendalam mengenai manajemen sumber daya manusia menjadi syarat mutlak untuk mencapai keberhasilan usaha. Kegagalan dalam mengasah kompetensi ini berimplikasi langsung pada ketidakmampuan menganalisis pasar, salah membaca perilaku konsumen, ketidakpahaman akan tren pasar, serta kegagalan mitigasi persaingan.

2. Manajemen Keuangan dan Permodalan

Faktor keuangan memegang peranan yang sangat dominan dalam siklus hidup bisnis. Pada fase awal, wirausaha pemula seringkali dihadapkan pada keterbatasan modal. Sering didapati kasus di mana individu yang pada awalnya tidak memiliki kecukupan modal terpaksa mengajukan pinjaman bank demi kelangsungan hidup usahanya. Namun, ketika usaha tersebut mulai menghasilkan profit, keuntungan tersebut habis dialokasikan semata-mata untuk mengangsur utang pinjaman, bukan untuk ekspansi. Selain modal awal, kelemahan mendasar terletak pada kurangnya pemahaman dalam pengelolaan dan pemeliharaan arus kas (cash flow). Ketidacermatan dalam mengatur keselarasan antara pemasukan dan pengeluaran, seperti dalam proses akuntansi laba-rugi, berakibat fatal pada kesalahan perhitungan keuntungan nyata, yang pada akhirnya memicu kebangkrutan dini (Wartika, 2015).

3. Kedalaman Pengalaman Industri

Pemilik usaha idealnya wajib menguasai pengalaman yang relevan di bidang industri yang mereka masuki. Calon wirausaha harus memiliki keterampilan teknis yang memadai (pengalaman kerja dalam konsep operasi fisik perusahaan) sekaligus keterampilan konseptual, seperti kemampuan mengoordinasikan berbagai aktivitas bisnis, memimpin organisasi, dan memotivasi tim kerja. Ketiadaan pengalaman mendalam akan praktik terbaik (best practices) memicu ketidakmampuan menghasilkan produk/jasa yang memenuhi ekspektasi pasar, yang pada akhirnya menurunkan reputasi perusahaan di mata pelanggan.

Secara lebih spesifik, kedalaman pengalaman industri bertindak sebagai fondasi utama dalam pengambilan keputusan taktis maupun strategis. Wirausahawan yang minim pengalaman cenderung gagap dalam memetakan rantai pasok (supply chain), gagal mengidentifikasi pemasok berkualitas, serta tidak memiliki intuisi yang kuat dalam membaca pergeseran tren pasar. Akibatnya, operasional perusahaan sering kali terjebak dalam siklus trial and error yang tidak efisien, membuang banyak modal berharga hanya untuk mempelajari hal-hal mendasar yang seharusnya sudah dikuasai sebelum bisnis diluncurkan.

Selain itu, aspek kepemimpinan internal juga sangat dipengaruhi oleh rekam jejak

pengalaman sang pemilik. Tanpa pemahaman mendalam tentang dinamika kerja di industri terkait, seorang pemimpin akan kesulitan menetapkan standar kinerja (Key Performance Indicators) yang realistis bagi timnya. Hal ini tidak hanya memicu friksi internal antara manajemen dan staf operasional, tetapi juga mereduksi tingkat kepercayaan investor maupun mitra strategis yang melihat kurangnya kredibilitas profesional pada pucuk pimpinan perusahaan.

4. Pemilihan Lokasi Strategis

Pemilihan lokasi usaha wajib diputuskan berbasis pada penelitian, pengamatan empiris, dan perencanaan yang matang. Kesalahan fatal yang kerap terjadi adalah memilih lokasi hanya atas pertimbangan adanya tempat yang kosong atau biaya sewa yang murah. Lokasi yang tidak strategis dan tidak terjangkau oleh target pasar berakibat langsung pada rendahnya lalu lintas konsumen dan minimnya pendapatan. Lokasi juga harus sinkron dengan profil demografis target pasar serta memitigasi jarak dengan pesaing terdekat agar tidak tergerus dalam perang pasar yang tidak seimbang (Jannah, 2015).

Dalam kajian sosiologi ekonomi dan pemasaran, lokasi fisik bukan sekadar tempat bernaung, melainkan representasi dari identitas dan aksesibilitas merek. Ketika sebuah bisnis ditempatkan pada wilayah dengan visibilitas yang rendah, biaya yang harus dikeluarkan untuk komunikasi pemasaran justru akan membengkak demi menarik konsumen datang. Sebaliknya, lokasi yang dipilih berdasarkan analisis spasial yang matang—mempertimbangkan kemudahan akses transportasi, ketersediaan fasilitas parkir, serta tingkat kepadatan penduduk lokal—akan berfungsi sebagai media pemasaran organik yang terus-menerus menarik pelanggan baru.

Lebih jauh lagi, kegagalan dalam menganalisis regulasi lokal dan zonasi wilayah di sekitar lokasi usaha juga sering menjadi bumerang bagi pelaku usaha pemula. Ketidaksesuaian antara jenis usaha dengan karakteristik lingkungan sekitar dapat memicu konflik sosial dengan komunitas lokal atau bahkan sanksi hukum dari pemerintah daerah. Oleh karena itu, kalkulasi komprehensif yang menyeimbangkan antara efisiensi biaya sewa dengan potensi perputaran ekonomi di lokasi tersebut mutlak diperlukan demi menjamin keberlangsungan operasional jangka panjang.

5. Ketiadaan Visi dan Misi yang Jelas

Mendirikan usaha tanpa tujuan dan visi yang jelas merupakan penyebab kegagalan nomor satu. Visi jangka panjang, menengah, dan pendek memberikan arah strategis bagi organisasi. Tanpa adanya visi yang jelas, entitas bisnis akan kehilangan fokus, mengalami kebingungan arah operasional, sulit mengambil keputusan taktis, kehilangan motivasi internal saat krisis melanda, serta mengalami degradasi daya saing di pasar. Visi dan misi berfungsi sebagai kompas moral sekaligus parameter evaluasi kinerja bagi sebuah korporasi. Ketika badai ekonomi atau disrupsi pasar terjadi, ketiadaan arah yang jelas membuat manajemen cenderung mengambil keputusan yang reaktif dan tidak konsisten. Bisnis akan mudah terombang-ambing oleh tren sesaat, mengabaikan kompetensi inti (core competence) perusahaan, dan pada akhirnya mengorbankan stabilitas jangka panjang demi keuntungan jangka pendek yang tidak berkelanjutan.

Dari perspektif budaya organisasi, ketiadaan visi dan misi yang artikulatif juga berpotensi menciptakan disorientasi di kalangan karyawan. Tanpa mengetahui target besar yang ingin dicapai bersama, motivasi kerja tim akan merosot dan menurunkan produktivitas secara masif. Karyawan hanya akan bekerja demi menggugurkan kewajiban harian tanpa adanya rasa kepemilikan (sense of belonging), yang pada gilirannya menaikkan tingkat perputaran karyawan (employee turnover) dan memperlemah daya saing perusahaan di industri.

6. Lemahnya Perencanaan Strategis

Perencanaan tidak harus selalu rumit seperti cetak biru korporasi besar, namun wajib ada sebagai panduan kompas kerja. Perencanaan yang lemah melahirkan ketidakpastian dalam alokasi sumber daya (tenaga kerja, anggaran, waktu, dan peralatan). Dampak turunannya adalah ketidakefisienan operasional yang masif, keterlambatan produksi, pemecahan fokus manajemen, hingga hilangnya peluang bisnis yang berharga akibat lemahnya komitmen di dalam internal organisasi.

Secara struktural, kelemahan dalam perencanaan strategis sering kali disebabkan oleh fenomena overconfidence dari pemilik usaha yang merasa mampu mengatasi segala masalah secara spontan. Padahal, dokumen perencanaan seperti business plan berfungsi memproyeksikan berbagai skenario terburuk, termasuk analisis risiko pasar dan mitigasi finansial. Tanpa adanya dokumen formal ini, koordinasi antar-divisi akan berjalan timpang, memicu tumpang tindih fungsi kerja, serta menyebabkan terjadinya kebocoran anggaran pada sektor-sektor yang tidak produktif.

Dampak jangka panjang dari perencanaan yang prematur ini adalah hilangnya fleksibilitas perusahaan dalam merespons dinamika pasar. Ketika kompetitor meluncurkan inovasi baru atau terjadi perubahan regulasi pemerintah, perusahaan yang tidak memiliki rencana cadangan (contingency plan) akan langsung lumpuh. Ketidakmampuan memitigasi risiko sejak dini ini pada akhirnya memaksa perusahaan melakukan penutupan operasional secara prematur akibat kehabisan energi dan modal di tengah jalan.

Faktor Penyebab Kegagalan Dalam Ekosistem Bisnis Online

Selaras dengan analisis ilmiah dari Tharob et al., dinamika hambatan dan kegagalan pada ranah bisnis online memiliki karakteristik distingtif yang dipengaruhi oleh digitalisasi, antara lain:

1. Kurangnya Pengetahuan Bisnis Online

Meskipun pasar digital menawarkan akses global yang luas tanpa sekat geografis, kurangnya pemahaman mendalam tentang ekosistem internet membuat pelaku usaha gagal mengoptimalkan peluang. Hal ini mencakup ketidakmampuan membangun digital presence, kegagalan menentukan target audiens yang relevan, serta minimnya penguasaan strategi pemasaran digital (digital marketing) yang efektif, yang berdampak pada rusaknya reputasi merek.

Lebih mendalam, banyak pelaku usaha terjebak dalam asumsi keliru bahwa melakukan bisnis online sekadar memindahkan foto produk ke platform digital atau lokapasar (marketplace). Mereka mengabaikan algoritma platform yang dinamis, pentingnya optimasi mesin pencari (Search Engine Optimization / SEO), serta analisis data konversi penjualan. Akibatnya, toko digital mereka sepi pengunjung, tenggelam di antara jutaan kompetitor lain, dan investasi modal yang telah dialokasikan untuk pembuatan situs web atau iklan digital terbuang sia-sia tanpa menghasilkan Return on Investment (ROI) yang konkret.

Selain itu, ketidakpahaman mengenai karakteristik perilaku konsumen digital (cyber-consumer behavior) juga menjadi pemicu kegagalan yang fatal. Konsumen online dikenal memiliki rentang perhatian yang pendek (short attention span) dan menuntut respons yang instan. Ketika pelaku usaha tidak memahami cara membangun komunikasi yang interaktif, gagal menyajikan konten visual yang persuasif, atau lambat dalam membalas pesan masuk, calon konsumen akan dengan sangat mudah beralih ke toko kompetitor hanya dalam hitungan detik.

2. Hambatan Infrastruktur Digital & Keamanan Data

Kegagalan mengelola interaksi positif di media sosial, buruknya manajemen ulasan (review) pelanggan, serta lemahnya sistem perlindungan privasi data konsumen dapat merusak citra bisnis secara instan. Pelaku usaha yang gagap teknologi (gaptek) akan tertinggal dalam mengadopsi perangkat analitis, otomatisasi, maupun optimalisasi pengalaman pengguna (User Experience / UX) pada situs web usaha.

Kerap kali, aspek teknis dari infrastruktur digital dinomorduakan demi mengejar estetika visual semata. Situs web yang sering mengalami kelambatan memuat halaman (loading time yang lama), tautan yang rusak (broken links), atau sistem pembayaran (payment gateway) yang rumit akan menciptakan pengalaman pengguna yang buruk dan memicu tingginya angka shopping cart abandonment (konsumen membatalkan pembelian di keranjang belanja). Keterbatasan literasi teknologi ini menghambat pelaku usaha untuk melakukan skalabilitas bisnis ke level yang lebih tinggi.

Isu yang tidak kalah krusial adalah abainya pelaku usaha terhadap sistem keamanan siber (cybersecurity). Di era digital, kebocoran data pelanggan atau peretasan akun bisnis bukan hanya menghentikan operasional harian, melainkan juga menghancurkan kredibilitas yang telah dibangun bertahun-tahun. Sekali sebuah bisnis online mendapatkan reputasi buruk terkait keamanan data atau dinilai tidak profesional akibat manajemen ulasan negatif yang defensif, maka tingkat kepercayaan publik akan merosot tajam dan sangat sulit untuk dipulihkan kembali.

3. Intensitas Persaingan Pasar Digital yang Sangat Tinggi

Persaingan yang sangat ketat di internet memicu terjadinya perang harga (price war) dan adu potongan harga yang ekstrem. Jika tidak diimbangi dengan struktur biaya yang efisien, margin keuntungan akan menipis hingga ke level kritis. Perusahaan dipaksa untuk terus melakukan inovasi produk secara agresif agar tidak ditinggalkan oleh konsumen yang memiliki loyalitas rendah di dunia maya.

Hiper-kompetisi dalam ekosistem digital diperparah oleh rendahnya hambatan untuk masuk ke dalam pasar (low barriers to entry), di mana siapa pun dapat menjadi kompetitor baru hanya dalam waktu semalam. Fenomena ini memaksa pelaku usaha untuk bertarung memperebutkan perhatian audiens yang sama melalui biaya iklan digital (Customer Acquisition Cost / CAC) yang kian hari kian mahal. Jika pelaku usaha tidak memiliki proposisi nilai yang unik (Unique Selling Proposition / USP), produk mereka hanya akan menjadi komoditas biasa yang mudah digantikan oleh alternatif lain yang lebih murah.

Dampak buruk dari situasi ini adalah terciptanya ekosistem bisnis yang tidak sehat, di mana pelaku usaha bermodal kecil sering kali bertumbangan akibat tidak mampu mengimbangi strategi bakar uang (burning cash) yang dilakukan oleh korporasi besar atau pemain bermodal kuat. Rendahnya loyalitas konsumen di dunia maya—yang didorong oleh kemudahan membandingkan harga antar-toko secara instan—menuntut fleksibilitas tinggi dan manajemen arus kas yang sangat ketat agar perusahaan digital dapat bertahan hidup di tengah badai kompetisi.

4. Kedalaman Pengalaman Industri

Pemilik usaha idealnya wajib menguasai pengalaman yang relevan di bidang industri yang mereka masuki. Calon wirausaha harus memiliki keterampilan teknis yang memadai (pengalaman kerja dalam konsep operasi fisik perusahaan) sekaligus keterampilan konseptual, seperti kemampuan mengkoordinasikan berbagai aktivitas bisnis, memimpin organisasi, dan memotivasi tim kerja. Ketidadaan pengalaman mendalam akan praktik terbaik (best practices) memicu

ketidakmampuan menghasilkan produk/jasa yang memenuhi ekspektasi pasar, yang pada akhirnya menurunkan reputasi perusahaan di mata pelanggan.

5. Pemilihan Lokasi Strategis

Pemilihan lokasi usaha wajib diputuskan berbasis pada penelitian, pengamatan empiris, dan perencanaan yang matang. Kesalahan fatal yang kerap terjadi adalah memilih lokasi hanya atas pertimbangan adanya tempat yang kosong atau biaya sewa yang murah. Lokasi yang tidak strategis dan tidak terjangkau oleh target pasar berakibat langsung pada rendahnya lalu lintas konsumen dan minimnya pendapatan. Lokasi juga harus sinkron dengan profil demografis target pasar serta memitigasi jarak dengan pesaing terdekat agar tidak tergerus dalam perang pasar yang tidak seimbang (Jannah, 2015).

6. Ketiadaan Visi dan Misi yang Jelas

Mendirikan usaha tanpa tujuan dan visi yang jelas merupakan penyebab kegagalan nomor satu. Visi jangka panjang, menengah, dan pendek memberikan arah strategis bagi organisasi. Tanpa adanya visi yang jelas, entitas bisnis akan kehilangan fokus, mengalami kebingungan arah operasional, sulit mengambil keputusan taktis, kehilangan motivasi internal saat krisis melanda, serta mengalami degradasi daya saing di pasar.

7. Lemahnya Perencanaan Strategis

Perencanaan tidak harus selalu rumit seperti cetak biru korporasi besar, namun wajib ada sebagai panduan kompas kerja. Perencanaan yang lemah melahirkan ketidakpastian dalam alokasi sumber daya (tenaga kerja, anggaran, waktu, dan peralatan). Dampak turunannya adalah ketidakefisienan operasional yang masif, keterlambatan produksi, pemecahan fokus manajemen, hingga hilangnya peluang bisnis yang berharga akibat lemahnya komitmen di dalam internal organisasi.

8. Regulasi dan Ketidakpastian Hukum Internet

Pembatasan akses internet yang tidak konsisten atau regulasi hukum perdagangan digital yang kerap berubah menciptakan ketidakpastian regulasi yang mengganggu jalannya operasional bisnis. Pemerintah dan pemangku kepentingan wajib merumuskan tata kelola internet yang sehat demi menjamin keberlanjutan bisnis digital (Sholihah, 2021).

Tabel 1. Perbandingan Karakteristik Risiko Kegagalan Bisnis

Dimensi Risiko	Bisnis Konvensional	Bisnis Online / Digital
Faktor Utama	Lokasi fisik, kompetensi manajemen, modal awal, perencanaan fisik.	Strategi digital marketing, infrastruktur teknologi, keamanan data, perang harga.
Karakteristik Pasar	Terbatas pada jangkauan geografis fisik, interaksi tatap muka.	Jangkauan global luas, perubahan tren sangat cepat, loyalitas rendah.

KESIMPULAN

Kegagalan bisnis bukanlah disebabkan oleh faktor tunggal, melainkan akumulasi dari berbagai kelemahan manajerial dan operasional yang saling berkaitan. Dalam banyak kasus, runtuhnya sebuah entitas usaha dipicu oleh efek domino dari keputusan-keputusan kecil yang keliru dan terus terakumulasi tanpa adanya deteksi dini. Ketika satu fungsi dalam organisasi mengalami disfungsi seperti lemahnya kontrol internal atau ketidakmampuan membaca pergeseran pasar maka sektor operasional lainnya akan ikut terdampak, yang pada akhirnya bermuara pada kelumpuhan aktivitas bisnis secara menyeluruh.

Pada lanskap bisnis konvensional, kendali atas kompetensi manajemen, kecukupan modal, tata kelola arus kas, dan ketepatan penentuan lokasi fisik memegang peranan kunci bagi keberlangsungan usaha. Fondasi fisik ini menuntut akurasi yang tinggi, mengingat kesalahan dalam investasi aset nyata atau salah memilih tempat beroperasi sering kali bersifat irreversibel atau sangat mahal untuk diperbaiki. Manajemen konvensional dipaksa untuk memiliki ketahanan finansial yang kokoh guna menutup biaya overhead yang tetap berjalan, sekalipun volume penjualan sedang mengalami fluktuasi atau penurunan.

Sementara itu, transisi menuju era digital menuntut wirausahawan milenial untuk tidak hanya sekadar menguasai teknologi secara superfisial atau ikut-ikutan tren pasar semata. Membuka toko digital atau menggunakan media sosial sebagai saluran pemasaran hanyalah lapisan terluar dari sebuah ekosistem yang kompleks. Para pelaku usaha modern wajib mendalami arsitektur bisnis online secara komprehensif, memahami bagaimana algoritma platform bekerja, serta mampu menganalisis data perilaku konsumen digital secara makro guna menciptakan konversi penjualan yang stabil dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. Y., & Kodrat, D. S. (2017). Faktor-faktor penyebab kegagalan bisnis pada perusahaan mitra jaya abadi. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 2(1), 124-131.
- Gunawan, A. (2020). Pelatihan Digital Entrepreneurship Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha Di Sekolah SMA Desa Karangasih Cikarang. *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma*, 1(1), 38-45.
- Jannah, M. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi kegagalan usaha. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1).
- Sari, D. P. (2018). Identifikasi Faktor-Faktor Kegagalan Bisnis pada Le Creme. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 2(6), 697-706.
- Sholihah, W. (2021). Pengelolaan bisnis online shop dan pemasaran produk hijau pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang angkatan 2016. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan* (Vol. 1, No. 6, pp. 703-710).
- Wartika, I. W. (2015). Analisis faktor penyebab kegagalan usaha penerima Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) di Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha tahun 2013). *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 3(1).