

Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Media Sosial sebagai Upaya Peningkatan Kemandirian Ekonomi

Agnia Nurul Huda¹, Dewi Untari², Yanti³

^{1,2,3}Universitas Mandiri, Subang, Jawa Barat, Indonesia

Email: gyaagnia1994@gmail.com¹, dew11untari@gmail.com², yantiyantisys@gmail.com³

Article History:

Received: 12 Oktober 2025

Revised: 26 Oktober 2025

Accepted: 28 Oktober 2025

Keywords: pelatihan, kewirausahaan, media sosial, kemandirian ekonomi

Abstract: Pelatihan Kewirausahaan sangat penting bagi mahasiswa untuk kemandirian secara ekonomi kewirausahaan menjadi salah satu tantangan dalam membuat produk yang unik dan memiliki nilai keterampilan yang tinggi agar dapat menghadapi tantangan di dunia kerja. Dalam era digital, media sosial telah menjadi salah satu alat yang sangat efektif untuk dimanfaatkan dalam mempromosikan produk untuk memulai usaha baru dan mengembangkan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi efektivitas yang dihasilkan oleh mahasiswa yaitu produk baru yang di kemas melalui media sosial yang nantinya akan menjadi keberlanjutan dan pelatihan kewirausahaan yang berbasis pemanfaatan media sosial bagi mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif objek dalam penelitian adalah mahasiswa semester 4 program studi Administrasi Bisnis universitas yang ada di kabupaten subang dengan pendekatan studi kasus yang telah mengikuti program pelatihan ini. Hasil penelitian yang didapat untuk mahasiswa adalah bahwa pemanfaatan media sosial memudahkan mahasiswa untuk memulai usaha berinovasi produk baru, media sosial yang di efektifkan adalah platform Instagram, mahasiswa dalam pelatihan penggunaan media sosial Instagram membuat produk yang menarik dan dikemas agar dapat meningkatkan kreativitas, keterampilan pemasaran, serta memperluas jaringan bisnis mahasiswa.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi di era digital telah secara signifikan mengubah berbagai aspek kehidupan, terutama dalam bidang bisnis dan kewirausahaan. Di tengah Revolusi Industri Keempat dan transisi menuju Masyarakat 5.0, kemampuan untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi telah menjadi faktor penentu keberhasilan yang krusial, terutama dalam menciptakan peluang ekonomi baru. Salah satu bentuk adaptasi yang umum adalah penggunaan media sosial yang semakin luas dalam upaya kewirausahaan. Platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga telah bertransformasi menjadi alat strategis untuk pemasaran produk, branding, dan membangun hubungan langsung dan cepat dengan konsumen. Hal ini membuka peluang besar bagi individu, terutama mahasiswa, untuk memulai bisnis dengan modal yang minim sambil menjangkau pasar

yang luas.

Mahasiswa sebagai agen perubahan (*agent of change*) dan calon pemimpin masa depan memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi melalui kegiatan kewirausahaan. Namun, kenyataannya banyak mahasiswa yang masih bergantung secara ekonomi pada orang tua dan belum memiliki keterampilan serta keberanian untuk memulai usaha sendiri. Keterbatasan akses terhadap informasi, kurangnya pengetahuan tentang kewirausahaan, serta minimnya pemahaman tentang pemanfaatan media sosial secara produktif menjadi beberapa faktor penghambat berkembangnya jiwa wirausaha di kalangan mahasiswa. Untuk menjawab tantangan tersebut, diperlukan suatu bentuk intervensi pendidikan yang tidak hanya bersifat teoritis tetapi juga praktis, yaitu melalui pelatihan kewirausahaan. Pelatihan ini berfungsi sebagai sarana untuk memberikan wawasan, motivasi, serta keterampilan teknis kepada mahasiswa dalam merancang dan mengelola usaha. Fokus utama pelatihan ini adalah pemberdayaan mahasiswa agar mampu mandiri secara ekonomi dan tidak semata-mata menggantungkan masa depannya pada pekerjaan formal.

Pendekatan pelatihan yang relevan dengan perkembangan saat ini adalah pelatihan kewirausahaan yang terintegrasi dengan penggunaan media sosial. Dalam pelatihan ini, mahasiswa tidak hanya belajar bagaimana membangun sebuah usaha, tetapi juga diajarkan strategi digital marketing, content creation, manajemen akun bisnis di media sosial, serta cara menjalin interaksi yang efektif dengan calon pelanggan secara daring. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing mahasiswa di pasar kerja maupun dalam dunia usaha yang semakin digital dan kompetitif.

Pelatihan kewirausahaan melalui media sosial dapat menjadi solusi untuk masalah ekonomi nasional, termasuk tingginya tingkat pengangguran di kalangan lulusan perguruan tinggi dan berkurangnya minat terhadap kewirausahaan di kalangan pemuda. Strategi ini membina mahasiswa menjadi individu yang kreatif dan imajinatif sambil sekaligus mengubah mereka menjadi agen ekonomi mandiri yang berkontribusi pada pengembangan ekonomi komunitas. Yaghoobi, Salarzahi, Aramesh, dan Akbari (2010) menyatakan bahwa wirausahawan adalah mereka yang berani memulai usaha produktif secara mandiri. Wirausahawan menanggung risiko finansial yang melekat pada usaha mereka sendiri atau risiko finansial pihak lain yang mereka tanggung jawab dalam mendirikan perusahaan. Mereka juga menanggung risiko kelalaian dan kegagalan komersial. Sebaliknya, manajer terutama termotivasi oleh tujuan yang ditetapkan untuk mereka dan kompensasi (gaji dan bonus tambahan) yang akan mereka peroleh. Manajer menunjukkan ketidakintoleransi terhadap ketidakpastian dan ambiguitas, serta kurang cenderung mengambil risiko dibandingkan wirausahawan. Manajer lebih menyukai kompensasi yang relatif stabil dan keamanan pekerjaan. Hadiyati (2011)

Kemandirian ekonomi dapat diartikan sebagai suatu kondisi dimana seseorang memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan ekonominya sendiri tanpa bergantung kepada pihak lain (Anas, 2020). Begitu pula Yuliantri (2021) menjelaskan kemandirian ekonomi merupakan suatu kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dasar yang mencakup pangan, sandang, tempat tinggal, dan pemenuhan dalam pemeliharaan kesehatan. Untuk mewujudkan kemandirian ekonomi diperlukan kemampuan dalam mengambil inisiatif atau pengambilan keputusan yang inovatif, kemampuan dalam mengatasi masalah, dan ketekunan untuk memperoleh kepuasan dari usaha yang dilakukan agar tercukupinya kebutuhan. Dengan terpenuhinya kebutuhan hidup, cenderung membawa dampak yang baik terhadap meningkatnya kualitas kehidupan seseorang ataupun keluarga, sehingga dapat dikatakan sebagai keluarga yang sejahtera. Kesejahteraan dalam konteks pemenuhan kebutuhan ekonomi baik secara personal maupun kolektif dapat diupayakan melalui

kegiatan kewirausahaan.

Wirausaha menekankan empat karakteristik esensial seorang wirausahawan: 1) Berpartisipasi dalam produksi dan penciptaan nilai baru 2) Menetapkan distribusi waktu dan usaha yang tepat 3) Melibatkan individu dalam wirausaha, terutama menghasilkan otonomi dan kepuasan pribadi. Wirausahawan akan merespons dan memicu perubahan melalui tindakan. Tindakan wirausaha tertanam dalam perilaku sebagai respons terhadap keputusan yang dibentuk oleh ketidakpastian tentang hasil yang diharapkan. Zimmerer dan Scarborough (2008) berpendapat bahwa kewirausahaan melibatkan kemampuan kreatif dan inovatif untuk mendirikan entitas baru dan unik, berfungsi sebagai landasan, strategi, sumber daya, proses, dan upaya untuk menciptakan nilai tambah bagi barang dan jasa, dilaksanakan dengan keberanian untuk mengambil risiko dalam bisnis atau kemajuan pribadi demi kesuksesan. Hisrich (2001) berpendapat bahwa kewirausahaan didefinisikan sebagai proses dinamis dalam menciptakan kekayaan baru oleh individu yang mengambil risiko signifikan terkait waktu, modal, dan/atau komitmen karier, atau yang memberikan nilai melalui produk atau layanan yang beragam. Produk atau layanan tersebut mungkin tampak unik atau tidak; namun, seorang wirausahawan akan menciptakan nilai dengan memperoleh dan memanfaatkan keterampilan dan sumber daya yang diperlukan. Hisrich (2001) menggambarkan kewirausahaan sebagai proses menciptakan nilai baru melalui komitmen waktu dan usaha yang diperlukan, mengambil risiko finansial, fisik, dan sosial yang terkait, memperoleh imbalan moneter, serta mencapai kesenangan pribadi dan otonomi. Tun'nisa, Tarigan, dan Harahap (2023) menegaskan bahwa kewirausahaan adalah upaya kreatif yang bertujuan untuk menciptakan nilai dan memicu perubahan di sektor korporat. Kewirausahaan terutama melibatkan karakteristik dan kualitas individu yang memiliki tekad untuk mengubah ide-ide inovatif menjadi kenyataan (Kusnadi & Novita, 2020).

Media sosial dicirikan sebagai platform online yang memungkinkan individu untuk terlibat, menyebarkan, dan membuat materi, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Aditya, R. (2015). Secara global, termasuk di Indonesia, blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum. Pengaruh media sosial secara mendalam memengaruhi kehidupan. Partisipasi mencakup kemampuan individu untuk dengan mudah menyampaikan informasi, menciptakan konten komunikatif, memberikan komentar atas masukan yang diterima, dan terlibat dalam aktivitas terkait. Hal ini dapat dilakukan dengan cepat dan tanpa batasan. Kaplan dan Haenlin (2010) menggambarkan media sosial sebagai kumpulan aplikasi berbasis internet yang memanfaatkan ide dan teknologi Web 2.0, memungkinkan pengguna untuk menciptakan atau menyebarkan informasi di dalam platform. Situs media sosial terkemuka dengan jutaan pengguna di Indonesia meliputi Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, blog, dan lainnya.

Puntoadi (2011) menggambarkan penggunaan media sosial sebagai berikut: Keuntungan membangun merek pribadi melalui media sosial adalah ketergantungannya pada keterlibatan yang autentik daripada strategi menyesatkan atau popularitas yang dipaksakan, karena audiens pada akhirnya menilai validitasnya. Berbagai platform media sosial berfungsi sebagai media untuk komunikasi, diskusi, dan mencapai ketenaran. Media sosial menyediakan medium untuk interaksi yang lebih intens dengan konsumen. Media sosial menawarkan jenis kontak yang lebih intim. Pemasar dapat memanfaatkan media sosial untuk memperoleh wawasan tentang perilaku konsumen dan berinteraksi langsung untuk memperkuat hubungan (Puntoadi, 2011). Media sosial merujuk pada penggunaan teknologi berbasis internet untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Akram dan Kumar (2017) berpendapat bahwa media sosial memengaruhi dan memfasilitasi interaksi sosial.

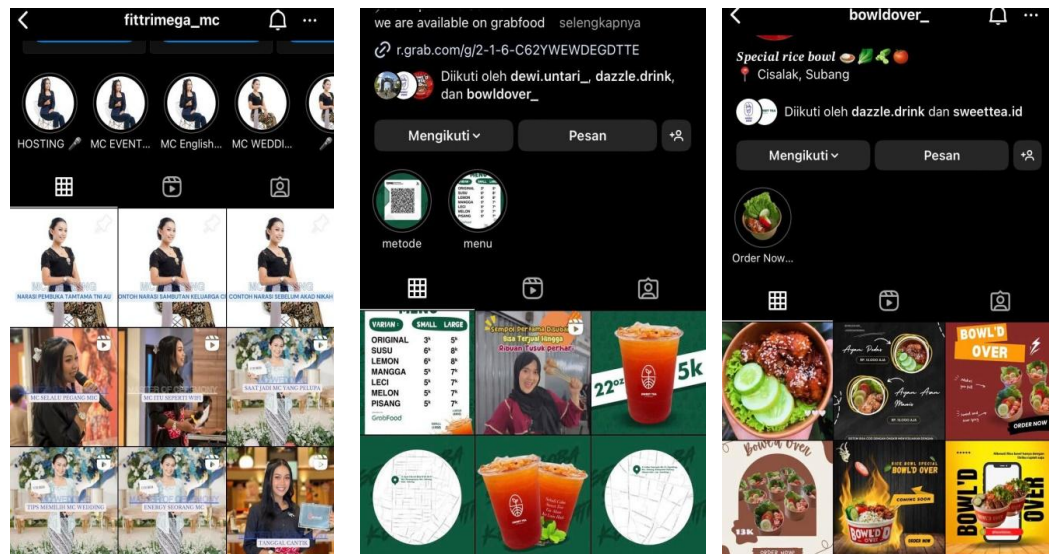
METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah teknik deskriptif kualitatif yang mengadopsi kerangka kerja studi kasus. Penelitian kualitatif merupakan metode yang didasarkan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk menyelidiki kondisi entitas alamiah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang berfokus pada proses pemecahan masalah dengan menggambarkan kondisi yang ada dari masalah penelitian berdasarkan fakta yang dapat diamati. Suryabrata (2000) menggambarkan penelitian deskriptif sebagai evaluasi yang sistematis, faktual, dan tepat terhadap atribut dan karakteristik suatu populasi atau wilayah. Nawawi Kaja, bekerja sama dengan Kepala Badan Transportasi, Komunikasi, dan Informasi 212 (2001), menggambarkan penelitian deskriptif sebagai metodologi pemecahan masalah yang menganalisis kondisi yang ada dari subjek atau objek penelitian (termasuk individu, keluarga, atau komunitas) berdasarkan data yang dapat diamati. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa yang terdaftar dalam Program Administrasi Bisnis di Universitas Kabupaten Subang. Sumber data diperoleh dengan menginstruksikan mahasiswa untuk menciptakan barang baru melalui media sosial. Data dikumpulkan dari berbagai bahan, termasuk buku, sumber online, dokumen, dan informasi relevan lainnya terkait masalah penelitian, untuk mengumpulkan konten teoretis selama fase penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk kegiatan yang diberikan adalah memberikan pelatihan langsung kepada mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis smster 4 yang ada di Universitas kabupaten Subang yaitu bagaimana memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk. Media sosial merupakan langkah strategis untuk meningkatkan kemandirian ekonomi mahasiswa. Dengan pendekatan praktis dan relevan terhadap tren digital, mahasiswa tidak hanya dapat mengembangkan potensi bisnis, tetapi juga berkontribusi terhadap pengurangan pengangguran dan penguatan ekonomi lokal. Dukungan institusi pendidikan dan akses terhadap pelatihan berkualitas menjadi kunci keberhasilan program ini. Pelatihan yang diberikan ini akan mencakup beberapa aspek penting, antara lain: (1) Peningkatan Pengetahuan Kewirausahaan Sebelum pelatihan, sebagian besar mahasiswa memiliki pemahaman terbatas tentang konsep dasar kewirausahaan dan langkah-langkah mendirikan usaha. Hasil pretest menunjukkan rata-rata skor pemahaman sebesar 55%. Setelah mengikuti pelatihan, rata-rata skor meningkat menjadi 80%. Hal ini menunjukkan pelatihan berhasil memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang kewirausahaan, seperti perencanaan bisnis, analisis pasar, dan manajemen usaha dan menggunakan media sosial; (2) Peningkatan Kemampuan Memanfaatkan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Pelatihan difokuskan pada penggunaan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk memasarkan produk. Sebelum pelatihan, hanya 30% mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial secara strategis untuk usaha. Setelah pelatihan, 85% mahasiswa melaporkan mampu membuat konten pemasaran yang menarik dan konsisten, serta memanfaatkan fitur iklan berbayar. Mahasiswa juga belajar teknik interaksi dengan pelanggan melalui media sosial, meningkatkan engagement dan membangun loyalitas konsumen; (3) Perubahan dalam Praktik dan Implementasi Kewirausahaan, 70% mahasiswa melaporkan telah memulai usaha kecil-kecilan menggunakan platform media sosial dalam waktu satu bulan setelah pelatihan, Usaha yang dijalankan beragam, mulai dari penjualan makanan ringan, produk kerajinan, fashion, hingga jasa digital seperti desain grafis. Pendapatan usaha meningkat secara bertahap, dengan rata-rata pendapatan bulanan awal sekitar Rp500.000 sampai Rp1.000.000, yang bagi sebagian mahasiswa cukup membantu kebutuhan sehari-hari; (4) Dampak terhadap Kemandirian Ekonomi Mahasiswa, Mahasiswa yang mengikuti pelatihan melaporkan adanya penurunan ketergantungan pada dukungan keuangan

orang tua atau beasiswa. Sebagian mahasiswa juga mulai menabung dan menginvestasikan kembali keuntungan usahanya untuk pengembangan bisnis lebih lanjut. Kemandirian ekonomi ini berkontribusi pada peningkatan rasa percaya diri dan tanggung jawab pribadi. Berikut adalah beberapa media sosial yang di buat dan sudah berjalan usaha tersebut.



Gambar 1. Media Sosial Instagram Usaha Yang Sudah Berjalan

Pada gambar 1 ini adalah beberapa akun media sosial milik mahasiswa yang sudah berjalan, usaha tersebut ada yang dibidang jasa dan juga di bidang makanan, namun masih ada juga yang belum memiliki akun media sosial kerana masih harus membuat produk yang semenarik mungkin dan inovasi sebelum di unggah di media sosial instgram.



Gambar 2. Produk Yang Dihasilkan Mahasiswa

Pada gambar tersebut hasil implementasi dari pelatihan kewirausahaan yang diberikan, mahasiswa secara aktif membuat dan mengelola akun media sosial untuk menjalankan dan mengembangkan usaha masing-masing. Media sosial dimanfaatkan sebagai sarana promosi, interaksi dengan konsumen, serta penjualan produk/jasa. Namun dari hasil pelatihan tersebut juga masih ada mahasiswa yang belum memiliki usaha yang disebabkan beberapa faktor yaitu dari diri mahasiswa sendiri seperti belum memiliki keterampilan serta keberanian untuk memulai usaha

sendiri dan juga keterbatasan akses terhadap informasi, kurangnya pengetahuan tentang kewirausahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa: (1) Pelatihan kewirausahaan secara signifikan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi mahasiswa dalam berwirausaha. Mahasiswa menjadi lebih memahami konsep dasar kewirausahaan, strategi pemasaran, serta langkah-langkah memulai dan mengelola usaha secara mandiri; (2) Pemanfaatan media sosial terbukti efektif sebagai sarana pemasaran digital dalam pengembangan usaha mahasiswa. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk mempromosikan produk, menjangkau konsumen lebih luas, serta meningkatkan daya saing usaha mereka; (3) Kemandirian ekonomi mahasiswa meningkat setelah mengikuti pelatihan. Hal ini ditunjukkan oleh kemampuan mereka menghasilkan pendapatan sendiri, mengurangi ketergantungan finansial terhadap orang tua, dan membentuk kebiasaan menabung serta mengembangkan usaha secara berkelanjutan; (4) Pelatihan juga membantu mahasiswa mengatasi tantangan dalam berwirausaha, seperti keterbatasan modal, kurangnya pengalaman, dan kendala waktu. Materi pelatihan yang aplikatif serta bimbingan penggunaan media sosial menjadi faktor pendukung keberhasilan program ini; (5) Secara keseluruhan, pelatihan kewirausahaan berbasis media sosial merupakan strategi yang efektif dan relevan untuk menumbuhkan semangat berwirausaha serta mendorong mahasiswa menjadi lebih mandiri secara ekonomi di era digital.

DAFTAR REFERENSI

- Aditya, R. (2015). Pengaruh media sosial terhadap minat anak di Pekanbaru. *Jurnal FISIP*.
- Akram, W., & Kumar, R. (2017). A study on positive and negative effects of social media on society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(10), 351–354.
- Anas, M. (2020). Kiai dan kemandirian ekonomi pesantren. *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 10(1), 68–98.
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(1), 8–16.
- Hisrich, R. D. (2001). *Entrepreneurship: Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kusnadi, & Novita, Y. (2020). *Kewirausahaan* (Cetakan ke-3). Cahaya Firdaus.
- Nawawi, H. (2001). *Metode penelitian di bidang sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Suryabrata, S. (2000). *Metodologi penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tun'nisa, M., Tarigan, A. A., & Harahap, M. A. (2023). Membangun usaha kreatif, inovatif, dan bermanfaat melalui penerapan kewirausahaan sosial. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(1), 1–10.*
- Yaghoobi, N. M., Salarzehi, H., Aramesh, H., & Akbari, A. (2010). An evaluation of independent entrepreneurship obstacles in industrial SMEs. *European Journal of Social Sciences*, 15(1), 33–45.
- Yuliantri, R. D. A. (2021). Menelusuri wacana kemandirian ekonomi di Indonesia (1920–1965). *Candrasangkala: Jurnal Pendidikan dan Sejarah*, 7(1), 1–10.

Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of entrepreneurship and small business management* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, Inc.