

**PERAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP PEMBENTUKAN JIWA WIRAUSAHA MAHASISWA DALAM
MENGEMBANGKAN USAHA KECIL**

**Indra Prayogi Sianturi¹, Andreas Mian Asiniroha Pasaribu², Linda Sariana Hutahae³, Desi
Peronika Putri Sagala⁴, Patricia Herpayanti Rajagukguk⁵, Nalom Siagian⁶**

Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas HKBP Nomensen

Email Korespondensi: indra.sianturi@student.uhn.ac.id

Email: mian.pasaribu@student.uhn.ac.id; linda.hutahae@student.uhn.ac.id;

desi.sagala@student.uhn.ac.id; patricia.herpayanti@uhn.ac.id; nalom.siagian@uhn.ac.id

ABSTRACT

Entrepreneurship education plays a strategic role in shaping students' entrepreneurial spirit amid limited employment opportunities and the rapid development of the digital economy. In addition, social media utilization has become a relevant medium for students in developing small businesses. This article aims to analyze the role of entrepreneurship education and social media utilization in shaping students' entrepreneurial spirit in developing small enterprises. This study employed a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through interviews, observations, and documentation and analyzed using descriptive qualitative techniques. The findings indicate that entrepreneurship education contributes to the development of students' entrepreneurial attitudes, mindset, and motivation, while social media serves as a practical medium for implementing entrepreneurial activities that support small business development. The integration of entrepreneurship education and social media utilization effectively fosters an adaptive and innovative entrepreneurial spirit among students. Therefore, entrepreneurship education and social media utilization should be continuously strengthened in higher education institutions.

Keywords: Entrepreneurship education, Social media, Entrepreneurial spirit, Students, Small business.

ABSTRAK

Pendidikan kewirausahaan memiliki peran strategis dalam membentuk jiwa wirausaha mahasiswa di tengah keterbatasan lapangan kerja dan perkembangan ekonomi digital. Selain itu, pemanfaatan media sosial menjadi sarana yang relevan bagi mahasiswa dalam mengembangkan usaha kecil. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis peran pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial terhadap pembentukan jiwa wirausaha mahasiswa dalam mengembangkan usaha kecil. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berkontribusi dalam membentuk sikap, pola pikir, dan motivasi kewirausahaan mahasiswa, sedangkan media sosial berperan sebagai sarana implementasi praktik kewirausahaan yang mendukung pengembangan usaha kecil. Integrasi pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial secara efektif mendorong terbentuknya jiwa wirausaha mahasiswa yang adaptif dan inovatif. Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial perlu dikembangkan secara berkelanjutan di perguruan tinggi.

Kata kunci: Pendidikan kewirausahaan, Media sosial, Jiwa wirausaha, Mahasiswa, Usaha kecil.

PENDAHULUAN

Perubahan lanskap ekonomi global yang ditandai dengan perkembangan teknologi digital dan dinamika pasar kerja menuntut lulusan perguruan tinggi untuk memiliki kompetensi yang adaptif dan

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

1

Indexed



SINTA 4

PKP|INDEX



berorientasi pada penciptaan peluang. Ketergantungan pada sektor pekerjaan formal semakin berkurang seiring terbatasnya lapangan kerja, sehingga kewirausahaan dipandang sebagai solusi strategis dalam mengatasi permasalahan pengangguran terdidik. Dalam konteks ini, perguruan tinggi memiliki tanggung jawab penting dalam menyiapkan mahasiswa agar tidak hanya berorientasi sebagai pencari kerja (job seeker), tetapi juga sebagai pencipta lapangan kerja (job creator) melalui penguatan jiwa kewirausahaan.

Pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi menjadi salah satu upaya sistematis untuk menumbuhkan sikap, pola pikir, dan keterampilan kewirausahaan mahasiswa. Pendidikan kewirausahaan tidak semata-mata berfokus pada penguasaan teori bisnis, tetapi juga pada pembentukan karakter kewirausahaan seperti kreativitas, inovasi, kemandirian, kepemimpinan, serta keberanian mengambil risiko. Menurut Fayolle dan Gailly (2015), pendidikan kewirausahaan berperan penting dalam membentuk entrepreneurial intention dan entrepreneurial behavior mahasiswa melalui proses pembelajaran yang terstruktur dan kontekstual. Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan dipandang sebagai fondasi awal dalam membangun jiwa wirausaha yang berkelanjutan.

Seiring dengan berkembangnya era digital, pendidikan kewirausahaan tidak dapat dilepaskan dari pemanfaatan teknologi informasi, khususnya media sosial. Media sosial telah mengalami pergeseran fungsi dari sekadar sarana komunikasi menjadi media strategis dalam aktivitas kewirausahaan, seperti promosi produk, pemasaran digital, pengembangan merek, dan perluasan jaringan usaha. Kaplan dan Haenlein (2014) menyatakan bahwa media sosial memungkinkan pelaku usaha untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen, membangun kepercayaan, serta menciptakan nilai tambah bagi usaha yang dijalankan. Bagi mahasiswa, media sosial menjadi sarana yang relatif mudah diakses untuk memulai dan mengembangkan usaha kecil dengan modal yang terbatas.

Pemanfaatan media sosial dalam konteks kewirausahaan mahasiswa memberikan peluang besar dalam pengembangan usaha kecil. Usaha kecil yang dikelola mahasiswa umumnya memiliki keterbatasan sumber daya, baik dari segi modal, pengalaman, maupun jaringan bisnis. Kehadiran media sosial mampu menjembatani keterbatasan tersebut dengan menyediakan platform pemasaran yang efektif, efisien, dan berjangkauan luas. Menurut Tuten dan Solomon (2018), strategi pemasaran melalui media sosial dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas pangsa pasar, serta mendorong keterlibatan konsumen secara aktif. Oleh karena itu, kemampuan mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial secara optimal menjadi faktor penting dalam keberhasilan usaha kecil yang mereka kembangkan.

Pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial memiliki keterkaitan yang erat dalam membentuk jiwa wirausaha mahasiswa. Pendidikan kewirausahaan berfungsi sebagai sarana internalisasi nilai dan karakter kewirausahaan, sedangkan media sosial berperan sebagai media aktualisasi dan implementasi praktik kewirausahaan secara nyata. Kuratko (2017) menegaskan bahwa jiwa kewirausahaan tidak hanya dibentuk melalui pengetahuan teoretis, tetapi juga melalui pengalaman langsung yang menantang dan kontekstual. Dalam hal ini, media sosial memberikan ruang praktik yang memungkinkan mahasiswa belajar dari pengalaman, kesalahan, serta dinamika pasar secara langsung.

Meskipun demikian, efektivitas pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial dalam membentuk jiwa wirausaha mahasiswa masih dipengaruhi oleh berbagai faktor. Desain pembelajaran kewirausahaan yang terlalu berorientasi pada teori cenderung kurang mampu mendorong mahasiswa untuk berani memulai usaha. Sebaliknya, pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman (experiential learning) dinilai lebih efektif dalam menumbuhkan sikap kewirausahaan mahasiswa. Kolb (2015) menekankan bahwa pembelajaran berbasis pengalaman memungkinkan peserta didik membangun pengetahuan melalui proses refleksi, eksperimen, dan penerapan langsung dalam konteks nyata.

Selain itu, dukungan institusional dan peran dosen juga menjadi faktor penentu keberhasilan pendidikan kewirausahaan. Dosen tidak hanya berperan sebagai penyampai materi, tetapi juga sebagai fasilitator, mentor, dan motivator yang membimbing mahasiswa dalam mengembangkan potensi kewirausahaannya. Menurut Neck dan Greene (2011), pendidikan kewirausahaan yang efektif memerlukan lingkungan belajar yang mendukung kreativitas, inovasi, dan keberanian mahasiswa dalam

mengambil risiko. Oleh karena itu, sinergi antara kurikulum kewirausahaan, kompetensi dosen, serta pemanfaatan media sosial menjadi kunci dalam membentuk jiwa wirausaha mahasiswa secara optimal.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial memiliki peran strategis dalam pembentukan jiwa wirausaha mahasiswa, khususnya dalam pengembangan usaha kecil. Namun, kajian yang mengintegrasikan kedua aspek tersebut masih perlu diperdalam untuk memahami sejauh mana kontribusinya terhadap pembentukan jiwa wirausaha mahasiswa. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk mengkaji peran pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial terhadap pembentukan jiwa wirausaha mahasiswa dalam mengembangkan usaha kecil.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam peran pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial dalam membentuk jiwa wirausaha mahasiswa, khususnya dalam konteks pengembangan usaha kecil. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena yang diteliti secara sistematis dan faktual berdasarkan data yang diperoleh di lapangan.

Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menginterpretasikan pengalaman, persepsi, serta pandangan mahasiswa terhadap pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial dalam aktivitas kewirausahaan. Menurut Creswell (2014), penelitian kualitatif menekankan pada proses pemaknaan terhadap fenomena sosial yang dikaji dalam konteks alaminya. Dengan demikian, pendekatan kualitatif deskriptif dinilai relevan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai pembentukan jiwa wirausaha mahasiswa melalui proses pembelajaran dan praktik kewirausahaan berbasis media sosial. Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari mahasiswa yang telah mengikuti pendidikan kewirausahaan dan memanfaatkan media sosial dalam aktivitas pengembangan usaha kecil. Data ini menggambarkan pengalaman, pandangan, serta pemaknaan mahasiswa terhadap peran pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial dalam membentuk jiwa wirausaha.

Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber pendukung, seperti dokumen kurikulum dan silabus mata kuliah kewirausahaan, laporan kegiatan kewirausahaan mahasiswa, serta literatur ilmiah yang relevan berupa buku dan artikel jurnal. Data sekunder digunakan untuk memperkuat analisis serta memberikan landasan teoretis dalam pembahasan hasil penelitian. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan teknik analisis deskriptif. Data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dianalisis dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

PEMBAHASAN

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa pendidikan kewirausahaan merupakan instrumen strategis dalam pembentukan jiwa wirausaha mahasiswa. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya berorientasi pada penguasaan teori bisnis, tetapi juga pada pembentukan karakter dan mentalitas kewirausahaan. Hal ini sejalan dengan pandangan Fayolle dan Gailly (2015) yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan berperan penting dalam membentuk sikap dan intensi kewirausahaan melalui proses pembelajaran yang sistematis dan kontekstual. Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan berkontribusi dalam membangun pola pikir kewirausahaan yang mendorong mahasiswa untuk berani memulai usaha.

Pemanfaatan media sosial dalam pengembangan usaha kecil mahasiswa juga memiliki implikasi yang signifikan terhadap pembentukan jiwa wirausaha. Media sosial memungkinkan mahasiswa untuk terlibat langsung dalam dinamika pasar dan berinteraksi dengan konsumen secara real time. Kaplan dan Haenlein (2014) menegaskan bahwa media sosial berfungsi sebagai platform interaktif yang dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dan memperkuat posisi usaha di pasar. Dalam konteks ini, mahasiswa memperoleh

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

pengalaman kewirausahaan yang bersifat praktis dan aplikatif melalui pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran dan komunikasi usaha.

Hasil penelitian ini juga selaras dengan temuan Machmud et al. (2021) yang menyimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan mampu menggeser orientasi mahasiswa dari pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja. Integrasi pendidikan kewirausahaan dengan pemanfaatan media sosial memberikan ruang bagi mahasiswa untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi usaha. Proses tersebut memperkuat kepercayaan diri mahasiswa serta mendorong munculnya sikap proaktif dalam mengembangkan usaha kecil yang berkelanjutan.

Lebih lanjut, temuan penelitian ini dapat dijelaskan melalui teori experiential learning yang dikemukakan oleh Kolb (2015). Pendidikan kewirausahaan yang dikombinasikan dengan praktik pemanfaatan media sosial memungkinkan mahasiswa mengalami proses belajar melalui pengalaman konkret, refleksi, dan eksperimen aktif. Proses pembelajaran berbasis pengalaman ini memperkuat internalisasi nilai-nilai kewirausahaan dan membentuk jiwa wirausaha mahasiswa secara lebih mendalam. Sejalan dengan itu, Kuratko (2017) menekankan bahwa pembelajaran kewirausahaan yang efektif harus memberikan pengalaman nyata agar mahasiswa mampu mengembangkan pola pikir kewirausahaan secara berkelanjutan.

Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial memiliki hubungan yang saling melengkapi dalam membentuk jiwa wirausaha mahasiswa. Pendidikan kewirausahaan berperan sebagai fondasi konseptual dan karakter, sedangkan media sosial menjadi sarana aktualisasi dan penguatan praktik kewirausahaan. Temuan ini menunjukkan pentingnya pengembangan pembelajaran kewirausahaan yang berbasis pengalaman dan terintegrasi dengan pemanfaatan media sosial untuk menyiapkan mahasiswa sebagai wirausahawan muda yang adaptif dan inovatif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki peran penting dalam membentuk jiwa wirausaha mahasiswa. Melalui pembelajaran kewirausahaan, mahasiswa memperoleh pemahaman mengenai nilai, sikap, dan pola pikir kewirausahaan yang mendorong terbentuknya karakter mandiri, kreatif, serta berorientasi pada peluang. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya berfungsi sebagai sarana transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai media pembentukan mentalitas kewirausahaan yang relevan dengan tuntutan perkembangan ekonomi dan dunia kerja.

Selain itu, pemanfaatan media sosial terbukti mendukung pengembangan usaha kecil yang dijalankan mahasiswa. Media sosial memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam memasarkan produk, menjalin komunikasi dengan konsumen, serta memperluas jaringan usaha dengan biaya yang relatif rendah. Pemanfaatan media sosial juga berperan sebagai ruang praktik kewirausahaan yang memungkinkan mahasiswa mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh dari pendidikan kewirausahaan secara nyata.

Secara keseluruhan, pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial memiliki keterkaitan yang saling melengkapi dalam membentuk jiwa wirausaha mahasiswa. Pendidikan kewirausahaan berperan sebagai fondasi konseptual dan karakter, sedangkan media sosial berfungsi sebagai sarana aktualisasi praktik kewirausahaan. Oleh karena itu, integrasi pembelajaran kewirausahaan yang berbasis pengalaman dengan pemanfaatan media sosial secara strategis perlu terus dikembangkan di perguruan tinggi guna mendorong lahirnya wirausahawan muda yang adaptif dan inovatif.

REFERENSI

- Creswell, J. W. (2014). **Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches** (4th ed.). Sage Publications.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53*(1),

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

- 75–93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2014). Social media strategy and the firm: A framework for social media success. *Business Horizons*, 57(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2013.09.003>(<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2013.09.003>)
- Kolb, D. A. (2015). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (2nd ed.). Pearson Education.
- Kuratko, D. F. (2017). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice* (10th ed.). Cengage Learning.
- Machmud, S., Sidharta, I., & Sari, D. (2021). The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention of university students. *Journal of Entrepreneurship Education*, 24 (2), 1–12.
- Neck, H. M., & Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49 (1), 55–70.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social media marketing* (3rd ed.). Sage Publications.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2018). *Essentials of entrepreneurship and small business management* (9th ed.). Pearson Education.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Ratten, V. (2017). Entrepreneurial universities: The role of communities, people and places. *Journal of Enterprising Communities*, 11(3), 310–315.