

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT MEMULAI WIRAUSAHA BAGI ANAK MUDA DI KABUPATEN LABUHANBATU

¹Ade Parlaungan Nasution

¹ Pascasarjana, Universitas Labuhanbatu

Email: 1adenasution@ulb.ac.id

²Ajeng Handayani Purwaningrum

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau Kepulauan

Email: 2ajenghandayani@feb.unrika.ac.id

Correspondence Author: ajenghandayani@feb.unrika.ac.id

Abstract : Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat memulai wirausaha bagi anak muda di Kabupaten Labuhanbatu. Pengaruh ini dimediasi secara kuat oleh peningkatan Efikasi Diri Kewirausahaan (ESE), di mana media sosial membantu membangun kepercayaan diri individu dalam kemampuan wirausaha mereka. Selain itu, faktor-faktor seperti kreativitas, kecerdasan emosional, ekspektasi pendapatan, dan motivasi juga berperan penting. Mekanisme pengaruh positif media sosial meliputi kemudahan akses informasi dan pengetahuan, efektivitas pemasaran yang hemat biaya, pembentukan jaringan dan komunitas yang mendukung, serta penyediaan model peran dan inspirasi. Meskipun demikian, terdapat tantangan signifikan seperti penyebaran informasi palsu, persaingan tidak sehat, dan potensi pembentukan ekspektasi yang tidak realistis

Keywords: Sosial Media, Minat Berwirausaha, Efikasi, jaringan Komunitas, Kreativitas.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan telah diakui secara luas sebagai salah satu pilar fundamental dalam pembangunan ekonomi suatu negara, khususnya di negara-negara berkembang. Peran kewirausahaan menjadi krusial dalam mengatasi tantangan ketenagakerjaan dan kemiskinan, serta berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) suatu wilayah. Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbukti memberikan kontribusi substansial terhadap perekonomian nasional, mencapai angka triliunan rupiah setiap tahunnya.

Anak muda, yang didefinisikan dalam konteks Indonesia sebagai penduduk berusia 16-30 tahun, merupakan segmen populasi produktif yang berperan sebagai tulang punggung pembangunan dan agen perubahan ekonomi. Kelompok ini memiliki potensi besar untuk menciptakan usaha baru dan mendorong inovasi. Namun, tantangan seperti modal besar dan risiko kegagalan usaha seringkali menjadi penghalang bagi anak muda untuk memulai wirausaha.

Dalam dekade terakhir, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari di era digital. Tingkat penetrasi internet yang tinggi di Indonesia, mencapai 79,5% secara nasional dan 73,15% di Sumatera Utara pada tahun 2024 menunjukkan bahwa media sosial memiliki jangkauan yang sangat luas. Peningkatan penetrasi internet di Sumatera Utara yang signifikan dari 41,38% pada tahun 2019 menjadi 73,15% pada tahun 2024 mengindikasikan transformasi digital yang cepat di wilayah ini. Hal ini menjadikan media sosial sebagai platform yang sangat efektif untuk

menjangkau anak muda di Kabupaten Labuhanbatu, mengubahnya dari sekadar alat komunikasi menjadi pendorong ekonomi yang kuat, terutama bagi calon wirausaha muda yang mungkin memiliki keterbatasan sumber daya tradisional.

Kombinasi antara kontribusi UMKM yang besar dan kemampuan media sosial dalam memfasilitasi aktivitas bisnis daring menunjukkan adanya hubungan timbal balik yang menguntungkan. Platform digital dapat secara signifikan memperkuat sektor bisnis kecil dan informal, yang seringkali menjadi titik awal bagi wirausaha muda. Media sosial menawarkan pemasaran yang hemat biaya dan jangkauan pasar yang luas, secara langsung mengatasi hambatan modal besar yang sering dihadapi wirausaha muda. Dengan demikian, kebijakan yang mendorong literasi dan pemanfaatan media sosial di kalangan anak muda dapat secara langsung berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal.

LITERATURE REVIEW

Konsep Media Sosial

Media sosial telah didefinisikan sebagai laman atau aplikasi yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat dan berbagi konten atau terlibat dalam jaringan sosial. Definisi lain menyebutkan media sosial sebagai sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi dalam berbagai format, seperti teks, gambar, audio, atau video, baik dengan sesama pengguna maupun dengan perusahaan. Karakteristik utama media sosial, sebagaimana diuraikan oleh Mayfield, sangat relevan dengan konteks kewirausahaan. Pertama, *Participation & Engagement* menunjukkan kaburnya batasan antara media dan audiens, mendorong kontribusi dan umpan balik langsung dari pengguna. Kedua, *Openness* mencerminkan sifat terbuka dan kemudahan akses, yang memfasilitasi pemungutan suara, komentar, dan berbagi konten. Ketiga, *Conversation* memungkinkan komunikasi dua arah, sangat membantu dalam menyampaikan informasi dan mendapatkan umpan balik. Keempat, *Community* menjadikan media sosial wadah terbentuknya komunitas virtual berdasarkan minat bersama. Terakhir, *Connectedness* merujuk pada kemampuan media sosial untuk menghubungkan pengguna secara luas. Karakteristik inti ini secara inheren mendukung berbagai aktivitas kewirausahaan, mulai dari mendapatkan masukan langsung dari pelanggan hingga memperluas jangkauan pasar dan membangun hubungan.

Selain karakteristik tersebut, media sosial juga memiliki ciri-ciri spesifik yang mendukung fungsinya. Media sosial dapat diakses melalui internet atau jaringan digital, menyediakan fitur interaksi dan komunikasi antar pengguna, serta memungkinkan berbagi dan konsumsi konten. Pengguna dapat membuat profil dan menggunakan identitas digital, serta memanfaatkan platform untuk tujuan pribadi, sosial, bisnis, atau politik. Kemampuan untuk menghubungkan pengguna dengan orang atau organisasi lain di seluruh dunia merupakan salah satu ciri penting. Fungsi-fungsi utama media sosial juga secara langsung mendukung kegiatan kewirausahaan. Fungsi utamanya adalah Komunikasi dan Interaksi, memungkinkan pengguna terhubung dengan berbagai pihak dan berbagi informasi. Kedua, media sosial berfungsi untuk Memperluas Jaringan Sosial, memfasilitasi koneksi dengan rekan bisnis atau calon pelanggan. Ketiga, Pemasaran dan Promosi menjadi alat yang efektif bagi bisnis untuk menjangkau audiens luas dengan biaya yang relatif rendah. Keempat, media sosial juga menyediakan Hiburan. Terakhir, media sosial berfungsi sebagai Sumber Informasi, memungkinkan pengguna mengakses berita dan tren terbaru.

Karakteristik inti media sosial, seperti partisipasi, keterbukaan, dan kemampuan membangun komunitas, secara fundamental selaras dengan kebutuhan kewirausahaan di era digital. Fitur-fitur ini memungkinkan umpan balik pasar yang cepat, jangkauan yang luas, pembangunan hubungan, dan identifikasi pasar yang spesifik, semuanya krusial untuk usaha baru. Sifat serbaguna media sosial juga berarti bahwa wirausaha muda dapat memanfaatkan platform yang sudah mereka gunakan untuk tujuan pribadi, seperti hiburan atau komunikasi, untuk keperluan bisnis. Hal ini dapat mengurangi kurva pembelajaran dan investasi awal, mengaburkan batas antara kehadiran digital pribadi dan profesional, yang pada gilirannya dapat menjadi peluang sekaligus tantangan.

Tabel 1 menyajikan ringkasan karakteristik dan fungsi utama media sosial beserta relevansinya dalam konteks kewirausahaan.

Tabel 1. Karakteristik dan Fungsi Utama Media Sosial

Karakteristik Utama	Penjelasan Karakteristik	Fungsi Utama	Penjelasan Fungsi Utama	Relevansi dengan Kewirausahaan
Participation & Engagement	Kemampuan mendorong kontribusi dan umpan balik langsung dari audiens tanpa perantara.	Komunikasi dan Interaksi	Memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain, berbagi pikiran, informasi, dan ide.	Memfasilitasi umpan balik pelanggan langsung, survei pasar cepat, dan keterlibatan komunitas merek.
Openness	Bentuk terbuka dan kemudahan akses, mendorong pemungutan suara, komentar, dan berbagi konten.	Memperluas Jaringan Sosial	Memungkinkan pengguna terhubung dengan orang yang tidak dikenal sebelumnya (rekan bisnis, calon pelanggan).	Membuka peluang pasar yang lebih luas, membangun koneksi bisnis baru, dan menemukan investor potensial.
Conversation	Memungkinkan komunikasi dua arah antar pengguna.	Pemasaran dan Promosi	Alat efektif bagi bisnis untuk mempromosikan produk/jasa secara gratis atau murah, menjangkau audiens luas.	Sarana promosi produk/jasa yang efisien, membangun kesadaran merek, dan meningkatkan penjualan dengan biaya rendah.
Community	Wadah terbentuknya komunitas virtual berdasarkan minat bersama.	Hiburan	Pengguna dapat menemukan konten hiburan seperti video lucu, meme, dan game online.	Meskipun tidak langsung, dapat digunakan untuk konten pemasaran viral atau membangun komunitas merek yang menyenangkan.
Connectedness	Kemampuan menghubungkan pengguna secara luas di seluruh dunia.	Sumber Informasi	Pengguna dapat mengakses berita, informasi tentang peristiwa terbaru, dan tren terbaru.	Memungkinkan riset pasar, pemantauan kompetitor, dan identifikasi tren bisnis baru secara cepat dan murah.

Konsep Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha dapat didefinisikan sebagai suatu perasaan tertarik atau berkaitan pada sesuatu hal atau aktivitas tanpa adanya dorongan atau paksaan dari pihak lain. Dalam konteks kewirausahaan, minat berwirausaha merupakan suatu kondisi psikis di mana seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara dari suatu situasi yang dihubungkan dengan keinginan atau kebutuhannya sendiri, sehingga menimbulkan hasrat yang kuat terhadap aktivitas kewirausahaan, baik disadari maupun tidak, yang terpuaskan melalui perilaku tertentu. Minat ini juga diartikan sebagai kesenangan, keinginan, dan kecenderungan hati untuk memiliki suatu usaha atau bisnis dengan melihat peluang, mengorganisir, dan berani mengambil risiko atas usaha yang diciptakannya.

Minat berwirausaha pada diri individu, khususnya mahasiswa, seringkali menjadi sumber berdirinya suatu usaha baru. Hal ini juga mencakup keinginan seseorang untuk bekerja mandiri (self-employed) atau menjalankan usahanya sendiri. Minat berwirausaha ini berasal dari dalam diri seseorang untuk menciptakan sebuah bidang usaha.

Indikator minat berwirausaha menurut Purnomo mencakup beberapa aspek penting:

1. Kemauan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup.
2. Keyakinan kuat atas kekuatan sendiri.
3. Sikap jujur dan tanggung jawab.
4. Ketahanan fisik, mental, ketekunan, keuletan, bekerja dan berusaha.
5. Pemikiran yang kreatif dan konstruktif.
6. Berorientasi ke masa depan, dan berani mengambil risiko.

Karakteristik wirausaha yang sukses juga mencerminkan indikator minat ini, seperti memiliki rasa tanggung jawab, memilih risiko moderat, percaya akan kemampuan diri untuk berhasil, menghendaki umpan balik segera, berorientasi ke masa depan, memiliki semangat kerja keras, terampil mengorganisir sumber daya, dan menilai prestasi dengan uang.

Definisi dan indikator minat berwirausaha yang komprehensif ini menunjukkan bahwa minat ini lebih dari sekadar keinginan sederhana; ia mencakup kecenderungan psikologis dan perilaku yang mendalam. Hal ini berarti pengaruh media sosial tidak hanya bersifat informatif tetapi berpotensi memupuk indikator-indikator yang lebih dalam, seperti kepercayaan diri yang kuat dan keberanian mengambil risiko. Dorongan untuk "kebebasan" dan "bekerja mandiri" sebagai motivasi berwirausaha menunjukkan bahwa media sosial, dengan menawarkan model bisnis yang fleksibel dan mudah diakses (misalnya, toko online, pembuatan konten), secara langsung menarik keinginan intrinsik ini.

Hal ini dapat menurunkan hambatan psikologis untuk memulai wirausaha dibandingkan dengan pekerjaan tradisional. Tabel 2 merangkum indikator minat berwirausaha dan bagaimana media sosial dapat memengaruhinya.

Tabel 2. Indikator Minat Berwirausaha dan Pengaruh Media Sosial

Indikator Minat Berwirausaha	Penjelasan Indikator	Bagaimana Media Sosial Dapat Mempengaruhi Indikator Ini
Kemauan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup	Dorongan internal yang kuat untuk meraih keberhasilan dan memenuhi aspirasi pribadi.	Paparan terhadap kisah sukses wirausaha lain dapat memicu dan memperkuat kemauan ini, menunjukkan tujuan yang dapat dicapai.
Keyakinan kuat atas kekuatan sendiri	Kepercayaan pada kemampuan diri untuk mengatasi tantangan dan berhasil dalam usaha.	Peningkatan Efikasi Diri Kewirausahaan (ESE) melalui pembelajaran observasional dan dukungan komunitas online.
Sikap jujur dan tanggung jawab	Integritas dan komitmen terhadap etika bisnis dan kewajiban.	Komunitas online dapat menumbuhkan norma-norma perilaku etis; reputasi online mendorong tanggung jawab.
Ketahanan fisik, mental, ketekunan, keuletan, bekerja dan berusaha	Kemampuan untuk bertahan menghadapi kesulitan dan terus berupaya.	Dukungan emosional dari komunitas wirausaha dan melihat ketekunan model peran dapat memperkuat ketahanan.
Pemikiran yang kreatif dan konstruktif	Kemampuan menghasilkan ide-ide baru dan membangun solusi inovatif.	Akses ke berbagai informasi dan tutorial , serta interaksi dengan ide-ide beragam di komunitas , dapat merangsang kreativitas.
Berorientasi ke masa depan, dan berani mengambil resiko	Fokus pada visi jangka panjang dan kesediaan menghadapi ketidakpastian.	Paparan terhadap peluang baru dan pemahaman tentang manajemen risiko melalui informasi online dapat mendorong orientasi masa depan dan keberanian mengambil risiko.

Definisi Anak Muda dalam Konteks Kewirausahaan

Dalam konteks kewirausahaan di Indonesia, "anak muda" atau "pemuda" secara umum didefinisikan sebagai kelompok usia produktif antara 16 hingga 30 tahun. Definisi ini tidak hanya mencakup aspek usia, tetapi juga kondisi sosial-ekonomi mereka. Pemuda juga dapat merujuk pada individu yang tidak berada dalam dunia pendidikan (sekolah/kursus) atau tidak terserap pasar kerja, yang dikenal sebagai kelompok Not in Employment, Education, and Training (NEET). Minat berwirausaha yang kuat pada anak muda memiliki potensi untuk mengembangkan keterampilan hidup yang penting, seperti kreativitas, ketekunan, manajemen risiko, dan pemecahan masalah. Penggabungan definisi berdasarkan usia dan status NEET menunjukkan bahwa mendorong minat kewirausahaan melalui media sosial dapat memiliki tujuan ganda: memberdayakan kelompok usia tertentu dan sekaligus mengatasi tantangan pengangguran di kalangan mereka yang tidak terlibat dalam pendidikan atau pekerjaan formal.

Penekanan pada pengembangan "keterampilan hidup" melalui minat berwirausaha mengangkat diskusi melampaui sekadar aktivitas ekonomi menuju pengembangan modal manusia yang lebih luas. Media sosial, dengan kemampuannya memfasilitasi keterampilan ini (misalnya, kreativitas melalui pembuatan konten, pemecahan masalah melalui diskusi komunitas daring), menjadi alat penting untuk pengembangan holistik anak muda. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat bisnis, tetapi juga sebagai lingkungan belajar informal yang dapat diakses untuk keterampilan hidup yang krusial.

METODE PENELITIAN

Populasi adalah wilayah generalisasi yang tersusun dari objek serta subjek yang

memiliki jumlah serta karakteristik khusus yang ditentukan oleh peneliti guna dikaji serta selanjutnya diambil kesimpulannya. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Januari 2023 sampai dengan April 2023, dimana sampel yang dituju adalah kaum milenial yang berdomisili di Kabupaten Labuhanbatu sekitarnya dengan teknik pengambilan sampling purposive yaitu pengambilan sampel dengan mempertimbangkan atau kriteria yakni pernah menggunakan e-wallet yang sedang berkembang. Maka pengambilan sampling mengacu pada teori (Sucipto et al, 2021) Penentuan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus *Unknown Populations* (populasi tak diketahui) dari Wibisono, maka didapatkan hasil 96 sampel, dan ditambahkan oleh peneliti menjadi 100 sampel. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner. Dalam penelitian bersifat positif sehingga menggunakan skala likert poin lima dengan masing-masing nilai: 5 untuk jawaban sangat setuju (SS), 4 untuk jawaban setuju (S), 3 untuk jawaban netral (N), 2 untuk jawaban tidak setuju (TS), dan 1 untuk jawaban sangat tidak setuju (STS). Teknik analisis data antara lain: 1) Uji asumsi klasik dilakukan melalui 3 uji yaitu uji multikolinearitas, uji hetroskedastisitas dan uji normalitas; 2) Pengujian hipotesis menggunakan uji regresi linear berganda, uji F, uji t dan uji determinasi.

HASIL PENELITIAN

Profil Demografi dan Sosial

Kabupaten Labuhanbatu, dengan ibukota Rantaprapat, terletak di Provinsi Sumatera Utara. Pada tahun 2022, jumlah penduduk Kabupaten Labuhanbatu mencapai 508.024 jiwa, dan meningkat menjadi 511.704 jiwa pada pertengahan tahun 2024, dengan kepadatan penduduk sekitar 240 jiwa/km². Kabupaten ini terdiri dari 9 kecamatan setelah pemekaran menjadi Kabupaten Labuhanbatu Utara dan Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

Komposisi suku bangsa di Kabupaten Labuhanbatu sangat beragam. Berdasarkan Sensus Penduduk Indonesia 2010, penduduk didominasi oleh Suku Batak (44,43%) dan Suku Jawa (40,51%), diikuti oleh Suku Melayu (8,18%), Minangkabau (0,96%), Aceh (0,25%), dan suku lainnya (5,67%). Keragaman ini mencerminkan lanskap budaya yang kaya, yang berpotensi memengaruhi pendekatan kewirausahaan atau ceruk pasar yang diminati. Mayoritas penduduk Kabupaten Labuhanbatu menganut Agama Islam (82,92%), diikuti oleh Kekristenan (15,11% - Protestan 13,95%, Katolik 1,16%), Buddha (1,60%), Hindu (0,01%), dan lainnya (0,36%).

Dalam bidang pendidikan, Kabupaten Labuhanbatu memiliki infrastruktur yang cukup memadai dengan 239 sekolah dasar, 33 sekolah menengah pertama, dan 15 sekolah menengah atas yang semuanya berstatus negeri. Selain itu, terdapat 6 perguruan tinggi swasta: Universitas Labuhanbatu (ULB), Universitas Al Washliyah, Institut Teknologi dan Sains Ika Bina, Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Al Bukhary Labuhan Batu (STITA Al Bukhary), STMIK Mulia Darma, dan Universitas Islam Labuhan Batu (UNISLA). Kehadiran ke enam Perguruan Tinggi ini menunjukkan adanya populasi mahasiswa yang signifikan, yang sangat relevan dengan fokus penelitian ini, karena banyak studi terdahulu tentang media sosial dan kewirausahaan berfokus pada mahasiswa. Hal ini berarti sebagian besar anak muda di Labuhanbatu berada dalam lingkungan akademik, menjadikan mereka target utama untuk inisiatif kewirausahaan yang dapat memanfaatkan media sosial.

Keragaman etnis dan agama di Labuhanbatu menyiratkan adanya nilai-nilai budaya yang bervariasi dan potensi norma sosial yang berbeda (seperti yang dijelaskan dalam Norma Subyektif pada TPB). Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan tunggal

dalam mempromosikan kewirausahaan melalui media sosial mungkin tidak optimal, sehingga strategi yang peka terhadap budaya lokal mungkin lebih efektif.

Tabel 3. Data Demografi Kunci Kabupaten Labuhanbatu

Indikator Demografi	Data
Ibu Kota	Rantau Prapat
Populasi (2022)	508.024 jiwa
Populasi (pertengahan 2024)	511.704 jiwa
Kepadatan Penduduk	240 jiwa/km ²
Luas Wilayah	2.156 km ²
Jumlah Kecamatan	9 kecamatan
Komposisi Suku Bangsa (2010)	Batak (44.43%), Jawa (40.51%), Melayu (8.18%), Minangkabau (0.96%), Aceh (0.25%), Lainnya (5.67%)
Komposisi Agama (2010)	Islam (82.92%), Kekristenan (15.11%), Buddha (1.60%), Hindu (0.01%), Lainnya (0.36%)

Kondisi Ekonomi dan Potensi Kewirausahaan

Perekonomian Kabupaten Labuhanbatu menunjukkan pertumbuhan yang stabil. Berdasarkan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku, perekonomian Labuhanbatu mencapai Rp 45,76 triliun pada tahun 2023, sementara PDRB atas dasar harga konstan 2010 mencapai Rp 26,58 triliun. PDRB atas dasar harga konstan juga menunjukkan peningkatan dari Rp 21.048 miliar pada tahun 2017 menjadi Rp 25.306 miliar pada tahun 2022. Kabupaten Labuhanbatu menempati posisi ketujuh dengan total PDRB tertinggi dibandingkan kabupaten/kota lain di Provinsi Sumatera Utara.

Dari sisi pengeluaran, komponen Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga (PKRT) memberikan kontribusi terbesar terhadap PDRB, yaitu sebesar 45,19%. Hal ini menunjukkan adanya basis konsumen lokal yang kuat dan pasar yang aktif untuk barang dan jasa. Selain itu, sektor perdagangan besar dan eceran, serta reparasi mobil dan sepeda motor, menjadi penyumbang terbesar ketiga pada PDRB, mencapai Rp 4.148,50 miliar pada tahun 2022. Kontribusi signifikan dari sektor perdagangan dan konsumsi rumah tangga ini mengindikasikan lingkungan yang subur untuk bisnis baru, terutama yang dapat memanfaatkan media sosial untuk penjualan langsung kepada konsumen dan pemasaran.

Pertumbuhan ekonomi dan peringkat PDRB yang tinggi di Sumatera Utara menyiratkan lingkungan bisnis yang umumnya menguntungkan. Namun, masalah pengangguran di kalangan anak muda menunjukkan adanya kesenjangan antara kesehatan ekonomi secara keseluruhan dan penciptaan lapangan kerja bagi generasi muda. Kewirausahaan, yang difasilitasi oleh media sosial, dapat menjadi jembatan strategis untuk mengatasi kesenjangan ini, mengubah potensi ekonomi menjadi peluang langsung bagi angkatan kerja muda.

Tingkat Penetrasi Internet dan Media Sosial di Sumatera Utara

Tingkat penetrasi internet merupakan faktor kunci dalam menilai potensi

pemanfaatan media sosial untuk kewirausahaan. Pada tahun 2019, proporsi individu yang menggunakan internet di Sumatera Utara adalah 41,38%. Angka ini meningkat secara drastis menjadi 73,15% pada tahun 2024, mendekati rata-rata nasional yang mencapai 79,5% pada tahun yang sama.

Tingkat penetrasi yang tinggi ini mengindikasikan bahwa mayoritas anak muda di Kabupaten Labuhanbatu kemungkinan besar memiliki akses dan menggunakan media sosial secara rutin. Hal ini menjadikan media sosial sebagai platform yang sangat efektif untuk intervensi kewirausahaan, karena jangkauannya yang luas di kalangan target demografi. Peningkatan pesat penetrasi internet ini juga menunjukkan bahwa lanskap digital dengan cepat menjadi mode utama komunikasi dan informasi bagi anak muda. Mengingat media sosial merupakan bagian integral dari penggunaan internet, jangkauan dan potensi dampaknya terhadap minat kewirausahaan anak muda di Labuhanbatu tidak statis, melainkan terus berkembang pesat, menjadikan penelitian ini sangat relevan dan tepat waktu.

Tabel 4. Tingkat Penetrasi Internet di Sumatera Utara dan Indonesia

Wilayah	Tingkat Penetrasi Internet (2024)
Indonesia	79,5%
Sumatera Utara	73,15%

Analisis Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Anak Muda di Labuhanbatu

Mekanisme Pengaruh Positif

Media sosial memengaruhi minat berwirausaha anak muda melalui berbagai mekanisme positif yang saling terkait:

Peningkatan Akses Informasi dan Pengetahuan

Media sosial menyediakan akses tak terbatas ke berbagai informasi dan pengetahuan yang relevan dengan kewirausahaan. Ini mencakup tutorial, tips bisnis, tren industri terbaru, dan konten edukatif. Anak muda dapat belajar keterampilan baru seperti *coding*, desain grafis, atau memasak hanya dengan menonton video singkat. Mereka juga dapat memperoleh saran tentang pajak dan hukum bisnis dari grup-grup di platform media sosial. Akses informasi yang mudah ini membantu membangun pengetahuan kewirausahaan dan meningkatkan kemampuan untuk mengidentifikasi serta memanfaatkan peluang bisnis.

Fasilitasi Pemasaran dan Promosi yang Efektif dan Hemat Biaya

Salah satu manfaat paling signifikan dari media sosial adalah kemampuannya sebagai alat pemasaran dan promosi yang efektif. Media sosial memungkinkan bisnis menjangkau audiens yang luas dengan biaya yang relatif murah atau bahkan gratis. Hal ini secara langsung mengurangi hambatan "modal besar" yang seringkali menjadi kekhawatiran bagi wirausaha muda. Melalui media sosial, wirausaha dapat memperluas jangkauan konsumen, membangun kesadaran merek, dan mendorong lalu lintas ke situs web atau toko fisik mereka. Fitur-fitur seperti *endorsement*, iklan berbayar, optimasi mesin pencari (SEO), serta fitur suka dan berbagi, menjadi sarana yang kuat untuk pemasaran. Kemampuan pemasaran yang hemat biaya dan jangkauan luas ini secara langsung mengatasi hambatan modal besar dan risiko kegagalan yang dirasakan oleh calon wirausaha muda. Media sosial membuat kewirausahaan tampak lebih layak dan

tidak terlalu menakutkan.

Pembentukan Jaringan dan Komunitas Kewirausahaan

Media sosial memfasilitasi pembentukan komunitas virtual dan perluasan jaringan sosial. Ini membuka peluang untuk kolaborasi, koneksi dengan investor potensial, dan pertukaran pikiran dengan sesama wirausaha. Platform ini menyediakan dukungan informasi, emosional, dan sosial, yang sangat berharga bagi wirausaha pemula yang mungkin memiliki akses terbatas terhadap sumber daya dan jaringan tradisional.

Sumber Model Peran dan Inspirasi

Anakmuda dapat memantau perjalanan dan kisah sukses wirausaha lain di media sosial. Dengan mengamati bagaimana model peran ini mengatasi tantangan dan mencapai keberhasilan, anak muda dapat memperoleh inspirasi dan motivasi. Pembelajaran observasional semacam ini, sesuai dengan Teori Kognitif Sosial, secara langsung meningkatkan efikasi diri kewirausahaan (ESE) mereka, yang pada gilirannya mendorong minat berwirausaha.

Pengembangan Keterampilan (Entrepreneurial Learning)

Media sosial dapat menjadi sarana yang efektif untuk mengembangkan keterampilan penting yang dibutuhkan dalam kewirausahaan, seperti kreativitas, manajemen risiko, dan pemecahan masalah. Selain itu, platform ini juga membantu pengembangan keterampilan pemasaran digital, termasuk pembuatan konten, analisis media sosial, pembangunan komunitas, SEO, dan kampanye iklan berbayar. Konten yang dibuat pengguna (*User-Generated Content*) juga menyediakan aliran konten segar yang tak terbatas, bukti sosial yang otentik, dan memungkinkan bisnis menampilkan produk dari berbagai perspektif.

Pergeseran Pola Pikir Kewirausahaan

Pemanfaatan media sosial dipandang sebagai solusi kunci untuk mengubah pola pikir mahasiswa dan pemuda terhadap kewirausahaan, menjadikannya pilihan karier yang lebih menarik dan dapat diakses. Efek gabungan dari pemasaran berbiaya rendah dan akses ke model peran serta dukungan komunitas secara langsung mengatasi hambatan yang dirasakan seperti "modal besar" dan "risiko kegagalan tinggi" bagi calon wirausaha muda. Media sosial membuat kewirausahaan tampak lebih layak dan tidak terlalu menakutkan. Kemampuan media sosial untuk memupuk "hard skill" (pemasaran digital, analisis) dan "soft skill" (kreativitas, pemecahan masalah, jaringan) secara bersamaan menciptakan lingkungan belajar kewirausahaan yang holistik di luar pendidikan formal. Hal ini sangat berharga bagi anak muda, termasuk mereka yang termasuk dalam kategori NEET, yang mungkin tidak memiliki akses ke pelatihan kewirausahaan formal.

Potensi Dampak Negatif dan Tantangan

Meskipun media sosial menawarkan banyak manfaat, penggunaannya juga membawa potensi dampak negatif dan tantangan yang perlu dipertimbangkan:

Penyebaran Informasi Palsu (Hoax) dan Produk Tidak Sesuai

Media sosial memfasilitasi penyebaran berita palsu atau informasi yang tidak diverifikasi dengan cepat. Selain itu, kemudahan akses juga dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan produk palsu. Hal ini dapat merusak reputasi bisnis, menimbulkan ketidakpercayaan konsumen, dan menyebabkan kerugian finansial. Sifat "keterbukaan" media sosial, yang memungkinkan partisipasi luas, juga memungkinkan penyebaran hoaks dan praktik tidak etis, yang dapat merugikan wirausaha baru yang mungkin belum memiliki reputasi atau pengalaman.

Persaingan Tidak Sehat dan Perang Harga

Kemudahan akses dan promosi di media sosial dapat menimbulkan persaingan yang sangat ketat, bahkan tidak sehat, termasuk perang harga. Hal ini dapat merugikan wirausaha pemula yang mungkin belum memiliki skala ekonomi atau modal yang cukup untuk bersaing dalam promosi besar-besaran.

Ketergantungan pada Koneksi Internet

Bisnis yang sangat bergantung pada media sosial akan sangat rentan terhadap gangguan koneksi internet. Setiap gangguan dapat menghambat operasional bisnis dan komunikasi dengan pelanggan.

Manajemen Reputasi dan Waktu

Memantau informasi bisnis dan merencanakan strategi pemasaran di media sosial memerlukan waktu dan upaya tambahan yang signifikan. Seringkali, ini membutuhkan bantuan agen pihak ketiga, yang dapat menambah biaya operasional. Penanganan keluhan pelanggan secara daring juga dapat meningkatkan biaya, terutama jika melibatkan pengembalian produk.

Ekspektasi Tidak Realistis

Paparan berlebihan terhadap kisah sukses wirausaha di media sosial dapat menciptakan ekspektasi yang tidak realistis mengenai kemudahan dan kecepatan mencapai kesuksesan dalam berwirausaha. Seringkali, media sosial cenderung menyoroti keberhasilan dan kurang menampilkan tantangan atau kegagalan, menciptakan gambaran yang tidak lengkap. Jika wirausaha muda hanya melihat "sorotan" kesuksesan, mereka mungkin mengembangkan ekspektasi yang tidak realistis tentang kemudahan berwirausaha, yang dapat menyebabkan kekecewaan atau kegagalan ketika dihadapkan pada tantangan dunia nyata seperti kebutuhan modal besar atau risiko kegagalan.

Distraksi dan Produktivitas Menurun

Penggunaan media sosial yang berlebihan untuk tujuan hiburan dapat mengalihkan fokus mahasiswa atau pemuda dari kegiatan kewirausahaan yang produktif.

Isu Privasi dan Keterampilan Komunikasi

Calon wirausaha, terutama yang menghadapi kendala finansial, mungkin menghadapi tantangan dalam mengungkapkan identitas dan kebutuhan sumber daya mereka secara daring karena masalah privasi dan kurangnya keterampilan komunikasi yang diperlukan.

Kesenjangan antara kemudahan memulai bisnis berbasis media sosial (modal rendah) dan tantangan mendasar (ekspektasi tidak realistis, persaingan ketat) menunjukkan bahwa media sosial, meskipun dapat memicu minat, mungkin tidak sepenuhnya mempersiapkan anak muda untuk realitas kesuksesan wirausaha yang berkelanjutan. Hal ini mengindikasikan perlunya pendidikan pelengkap yang berfokus pada resiliensi, pemikiran kritis, dan praktik bisnis yang etis.

Faktor Mediasi dan Moderasi

Pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha tidak selalu bersifat langsung, melainkan seringkali dimediasi atau dimoderasi oleh faktor-faktor lain:

Efikasi Diri Kewirausahaan (ESE)

ESE adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk melakukan tugas-tugas kewirausahaan, seperti memulai bisnis baru, mengidentifikasi peluang, atau menciptakan produk. Penggunaan media sosial, baik yang berbasis konten (misalnya, Douyin, Bilibili) maupun berbasis sosial (misalnya, WeChat, Weibo), secara signifikan

meningkatkan ESE. ESE pada gilirannya secara positif memengaruhi niat berwirausaha. Sebuah studi menemukan bahwa ESE bertindak sebagai mediator parsial yang kuat, menjelaskan 78,22% dari total efek antara penggunaan media sosial dan niat berwirausaha. Ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya memengaruhi niat secara langsung, tetapi juga secara signifikan melalui peningkatan kepercayaan diri individu dalam kemampuan kewirausahaan mereka.

Kreativitas

Kreativitas memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Namun, perannya sebagai mediator antara media sosial dan minat berwirausaha menunjukkan hasil yang bervariasi; satu studi menemukan bahwa kreativitas tidak signifikan sebagai variabel mediator. Variasi ini menunjukkan bahwa peran kreativitas mungkin bergantung pada konteks spesifik atau jenis penggunaan media sosial. Media sosial sendiri dapat mendorong kreativitas melalui fitur ekspresi diri dan akses luas terhadap informasi.

Kecerdasan Emosional

Kecerdasan emosional juga ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Kemampuan mengelola emosi diri dan orang lain, serta menggunakan informasi emosional, merupakan keterampilan penting dalam berwirausaha dan mungkin dapat didukung melalui interaksi di media sosial.

Gender

Pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha bervariasi secara signifikan berdasarkan gender.

- **Pria:** Cenderung lebih banyak menggunakan platform berbasis konten untuk memperoleh pengetahuan dan informasi pasar, yang meningkatkan ESE dan kepercayaan diri kewirausahaan mereka.
- **Wanita:** Lebih banyak mendapat manfaat dari platform berbasis sosial untuk interaksi dan dukungan emosional, yang meningkatkan norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan, serta ESE mereka. Implikasi dari perbedaan ini adalah bahwa intervensi untuk mendorong kewirausahaan melalui media sosial harus mempertimbangkan perbedaan gender dalam penggunaan platform dan jenis dukungan yang dibutuhkan.

Usia

Hubungan antara frekuensi penggunaan media sosial dan persepsi serta sikap kewirausahaan juga berbeda berdasarkan kelompok usia.

- Generasi muda (Centennial, 18-24 tahun): Penggunaan Facebook lebih berkorelasi positif dengan sikap kewirausahaan.
- Kelompok usia lebih tua: Penggunaan Instagram dan YouTube berkorelasi positif dengan norma subjektif dan sikap kewirausahaan, sementara WhatsApp berkorelasi positif dengan niat kewirausahaan. Perbedaan ini menunjukkan bahwa strategi pemanfaatan media sosial untuk mendorong minat wirausaha perlu disesuaikan dengan preferensi platform dan pola penggunaan berdasarkan kelompok usia.

Peran mediasi ESE yang kuat merupakan temuan krusial, menunjukkan bahwa jalur utama media sosial dalam memengaruhi minat kewirausahaan adalah dengan meningkatkan keyakinan individu terhadap kemampuan mereka sendiri. Hal ini menggeser fokus dari sekadar paparan menjadi pemberdayaan psikologis. Efek moderasi yang spesifik berdasarkan gender dan usia menyiratkan bahwa pendekatan umum dalam promosi kewirausahaan berbasis media sosial akan kurang optimal. Strategi yang disesuaikan, yang mengakui bahwa pria mungkin lebih diuntungkan dari konten

informasional dan wanita dari dukungan sosial, serta bahwa preferensi platform bervariasi berdasarkan usia, diperlukan untuk dampak maksimal di Labuhanbatu.

Tabel 5 menyajikan ringkasan temuan kunci mengenai pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha, termasuk faktor mediasi dan moderasi.

Tabel 5. Ringkasan Temuan Kunci Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Faktor Pengaruh	Jenis Pengaruh	Penjelasan Mekanisme/Temuan Kunci	Implikasi untuk Anak Muda Labuhanbatu
Penggunaan Media Sosial (UMU)	Positif & Signifikan	Meningkatkan minat berwirausaha melalui akses informasi, pemasaran, jaringan, model peran, dan pengembangan keterampilan.	Media sosial adalah alat utama untuk memicu dan mengembangkan minat wirausaha di kalangan pemuda Labuhanbatu.
Efikasi Diri Kewirausahaan (ESE)	Mediasi Parsial	UMU meningkatkan ESE, dan ESE secara positif memengaruhi niat berwirausaha. ESE menjelaskan 78.22% dari total efek UMU pada niat.	Program harus fokus pada peningkatan kepercayaan diri dan kemampuan wirausaha melalui media sosial (misalnya, tutorial, kisah sukses lokal).
Kreativitas	Positif (langsung); Bervariasi (mediasi)	Berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Namun, sebagai mediator, hasilnya tidak konsisten.	Media sosial dapat merangsang kreativitas, tetapi perlu eksplorasi lebih lanjut bagaimana kreativitas memediasi pengaruh di konteks Labuhanbatu.
Kecerdasan Emosional	Positif & Signifikan	Berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.	Interaksi di media sosial dapat mendukung pengembangan kecerdasan emosional yang penting untuk kewirausahaan.
Ekspektasi Pendapatan & Motivasi	Positif	Berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.	Media sosial dapat digunakan untuk menampilkan potensi pendapatan dan memicu motivasi wirausaha.
Sikap terhadap Kewirausahaan Berkelanjutan (ATSE)	Mediasi & Moderasi	ATSE memediasi hubungan EE-SEI. Adopsi media sosial memoderasi (menguatkan) hubungan ATSE-SEI.	Promosi kewirausahaan berkelanjutan melalui media sosial dapat memperkuat niat berwirausaha pemuda di Labuhanbatu.
Gender	Moderasi	Pengaruh UMU bervariasi: Pria (konten-based, pengetahuan, ESE); Wanita (sosial-based, dukungan emosional, SN, PBC, ESE).	Strategi promosi harus disesuaikan berdasarkan gender, misalnya, konten informatif untuk pria dan komunitas dukungan untuk wanita.
Usia	Moderasi	Pengaruh UMU bervariasi: Centennial (Facebook, sikap); Usia lebih tua (Instagram, YouTube, WhatsApp, SN, sikap, niat).	Pendekatan harus disesuaikan dengan preferensi platform dan pola penggunaan media sosial berdasarkan kelompok usia.

Diskusi dan Implikasi

Analisis menunjukkan bahwa media sosial secara konsisten memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat memulai wirausaha bagi anak muda. Temuan ini didukung oleh berbagai studi di Indonesia (Jakarta, Amuntai, Semarang) dan negara

berkembang lainnya. Pengaruh ini tidak hanya bersifat langsung, tetapi juga dimediasi secara kuat oleh Efikasi Diri Kewirausahaan (ESE), di mana media sosial secara efektif meningkatkan keyakinan individu terhadap kemampuan wirausaha mereka. Selain itu, adopsi media sosial juga berperan sebagai moderator, menguatkan hubungan antara sikap positif terhadap kewirausahaan berkelanjutan dan niat untuk berwirausaha.

Mekanisme positif yang menjelaskan pengaruh ini meliputi peningkatan akses informasi dan pengetahuan, fasilitas pemasaran yang hemat biaya, pembentukan jaringan dan komunitas kewirausahaan, penyediaan model peran dan inspirasi, serta pengembangan keterampilan esensial. Namun, perlu diakui bahwa terdapat tantangan dan potensi dampak negatif, seperti penyebaran informasi palsu, persaingan tidak sehat, dan potensi pembentukan ekspektasi yang tidak realistis terhadap kesuksesan wirausaha.

Pengaruh media sosial juga tidak seragam, melainkan bervariasi secara signifikan berdasarkan gender dan usia. Hal ini menyoroti perlunya pendekatan yang disesuaikan dalam memanfaatkan media sosial untuk mendorong minat berwirausaha. Dalam konteks Kabupaten Labuhanbatu, dengan populasi muda yang signifikan, tingkat penetrasi internet yang tinggi, dan struktur ekonomi yang berkembang dengan sektor perdagangan yang kuat, kondisi ini sangat kondusif untuk memanfaatkan media sosial dalam mendorong kewirausahaan.

Sintesis ini mengungkapkan bahwa pengaruh media sosial bukanlah efek linier sederhana, melainkan interaksi kompleks dari dampak langsung, faktor psikologis mediasi (ESE), dan variabel demografi moderasi (gender, usia). Kompleksitas ini menunjukkan bahwa intervensi harus bersifat multi-aspek dan bernuansa. Kontras antara pengaruh positif media sosial yang luas dan hambatan yang masih ada seperti modal dan risiko menunjukkan bahwa meskipun media sosial dapat memicu minat dan menurunkan hambatan yang dirasakan, ia tidak menghilangkan tantangan mendasar dari kewirausahaan. Hal ini menyiratkan bahwa strategi media sosial harus dilengkapi dengan sistem pendukung tradisional (misalnya, akses ke pembiayaan, mentorship).

Implikasi Teoritis

Penelitian ini memperkuat validitas Teori Kognitif Sosial (SCT) dan Teori Perilaku Terencana (TPB) dalam menjelaskan niat kewirausahaan di era digital. Media sosial berfungsi sebagai lingkungan sosial yang kaya untuk pembelajaran observasional, pembentukan efikasi diri, dan pengaruh norma subjektif. Temuan mengenai ESE sebagai mediator utama memberikan kontribusi signifikan pada SCT dalam konteks kewirausahaan, menunjukkan jalur kausalitas yang spesifik di mana media sosial meningkatkan kepercayaan diri individu dalam kemampuan wirausaha mereka. Peran moderasi gender dan usia memperkaya TPB dan SCT dengan menunjukkan bagaimana faktor demografi memengaruhi bobot atau jalur pengaruh media sosial. Hal ini mendorong pengembangan teori di masa depan untuk memasukkan model yang lebih kompleks dan multi-level yang memperhitungkan perbedaan individu dan faktor kontekstual dalam ekosistem kewirausahaan digital. Konsistensi penerapan SCT dan TPB terhadap pengaruh media sosial pada kewirausahaan menunjukkan bahwa teori-teori psikologis fundamental ini tetap sangat relevan bahkan dalam konteks digital yang berkembang pesat. Ini memvalidasi ketahanan teori-teori tersebut dalam menjelaskan perilaku manusia di lanskap teknologi baru.

Implikasi Praktis

Berdasarkan temuan yang ada, terdapat beberapa implikasi praktis yang dapat

diterapkan di Kabupaten Labuhanbatu untuk mendorong minat berwirausaha di kalangan anak muda:

Bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Labuhanbatu

1. Pengembangan Program Terintegrasi: Pemerintah dapat mengembangkan program kewirausahaan yang terintegrasi dengan pemanfaatan media sosial, dengan fokus pada pelatihan keterampilan digital seperti pemasaran digital, analisis media sosial, dan pembuatan konten yang menarik.
2. Pembentukan Komunitas Online Resmi: Membangun platform atau komunitas online resmi yang aman dan terkurasi bagi anak muda untuk berinteraksi, berbagi pengalaman, dan mendapatkan dukungan. Hal ini akan mengatasi kekhawatiran privasi dan memastikan informasi yang valid.
3. Kampanye Kesadaran dan Model Peran Lokal: Meluncurkan kampanye kesadaran tentang potensi kewirausahaan melalui media sosial, menampilkan kisah sukses wirausaha muda lokal yang beragam. Hal ini dapat membangun efikasi diri dan mengubah norma subjektif yang mendukung kewirausahaan.
4. Edukasi Literasi Media: Mengedukasi anak muda tentang pentingnya literasi media untuk mengatasi penyebaran hoaks dan persaingan tidak sehat.
5. Pendekatan Berbasis Gender dan Usia: Mempertimbangkan perbedaan gender dan usia dalam desain program. Misalnya, menyediakan konten berbasis informasi dan keterampilan untuk pria, dan memfasilitasi kelompok dukungan komunitas untuk wanita, serta menyesuaikan platform berdasarkan preferensi usia.

Bagi Lembaga Pendidikan (Perguruan Tinggi di Labuhanbatu)

1. Integrasi Media Sosial dalam Kurikulum: Mengintegrasikan penggunaan media sosial sebagai alat pengajaran dalam mata kuliah kewirausahaan, termasuk studi kasus wirausaha lokal yang sukses melalui media sosial.
2. Mendorong Pemanfaatan untuk Riset dan Jaringan: Mendorong mahasiswa untuk menggunakan media sosial untuk riset pasar, membangun jaringan profesional, dan mempromosikan ide bisnis sejak dini.
3. Bimbingan dan Mentorship Online: Menyediakan bimbingan dan mentorship secara daring, memanfaatkan platform media sosial untuk menghubungkan mahasiswa dengan wirausaha berpengalaman.

Bagi Komunitas dan Organisasi Pemuda

1. Pengelolaan Forum Online Aktif: Membangun dan mengelola grup atau forum online yang aktif untuk pertukaran ide, kolaborasi, dan dukungan emosional antar wirausaha muda.
2. Webinar dan Sesi Langsung: Mengadakan webinar dan sesi langsung dengan pakar dan wirausaha sukses melalui media sosial¹⁷ untuk memberikan inspirasi dan pengetahuan praktis.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat memulai wirausaha bagi anak muda di Kabupaten Labuhanbatu. Pengaruh ini dimediasi secara kuat oleh peningkatan Efikasi Diri Kewirausahaan (ESE), di mana media sosial membantu membangun kepercayaan diri

individu dalam kemampuan wirausaha mereka. Selain itu, faktor-faktor seperti kreativitas, kecerdasan emosional, ekspektasi pendapatan, dan motivasi juga berperan penting. Mekanisme pengaruh positif media sosial meliputi kemudahan akses informasi dan pengetahuan, efektivitas pemasaran yang hemat biaya, pembentukan jaringan dan komunitas yang mendukung, serta penyediaan model peran dan inspirasi. Meskipun demikian, terdapat tantangan signifikan seperti penyebaran informasi palsu, persaingan tidak sehat, dan potensi pembentukan ekspektasi yang tidak realistis. Penting untuk dicatat bahwa pengaruh media sosial bervariasi berdasarkan gender dan usia, menunjukkan perlunya pendekatan yang disesuaikan dalam setiap program atau inisiatif. Kondisi kontekstual Kabupaten Labuhanbatu, dengan demografi muda yang signifikan, tingkat penetrasi internet yang tinggi, dan ekonomi yang berkembang dengan sektor perdagangan yang kuat, sangat mendukung upaya pemanfaatan media sosial untuk mendorong minat berwirausaha.

REKOMENDASI KEBIJAKAN DAN PENELITIAN LANJUT

Rekomendasi Kebijakan:

1. Pemerintah Kabupaten Labuhanbatu disarankan untuk merumuskan kebijakan yang mengintegrasikan media sosial sebagai komponen inti dalam program pengembangan kewirausahaan bagi anak muda. Ini harus mencakup pelatihan keterampilan digital yang spesifik, seperti pemasaran digital, analisis data media sosial, dan pembuatan konten yang menarik.
2. Lembaga pendidikan, khususnya perguruan tinggi di Labuhanbatu, perlu mengintegrasikan penggunaan media sosial sebagai alat pembelajaran praktis dalam kurikulum kewirausahaan, memfasilitasi riset pasar dan pembangunan jaringan melalui platform digital.
3. Pembentukan dan pengelolaan komunitas online yang aman dan terkurasi oleh pihak berwenang atau lembaga pendidikan dapat menjadi solusi untuk memitigasi dampak negatif media sosial (misinformasi, persaingan tidak sehat) sekaligus memaksimalkan manfaat dukungan dan informasi.
4. Kampanye kesadaran yang menampilkan kisah sukses wirausaha lokal dan menyoroti potensi pendapatan serta kebebasan yang ditawarkan kewirausahaan dapat meningkatkan minat. Namun, kampanye ini juga harus menyertakan edukasi tentang literasi media dan pengelolaan ekspektasi yang realistis.
5. Pendekatan yang disesuaikan berdasarkan gender dan kelompok usia perlu diterapkan, mengingat perbedaan preferensi platform dan jenis dukungan yang paling efektif.

Penelitian Lanjut:

1. Penelitian di masa depan dapat berfokus pada studi kasus spesifik di Kabupaten Labuhanbatu untuk mengukur secara kuantitatif pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha anak muda, dengan mengidentifikasi platform media sosial yang paling dominan digunakan dan jenis konten yang paling efektif.
2. Eksplorasi lebih lanjut mengenai faktor-faktor budaya dan sosial lokal di Labuhanbatu yang mungkin memoderasi atau memediasi hubungan antara media sosial dan minat berwirausaha dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam.
3. Studi komparatif antara anak muda yang memiliki akses terbatas terhadap media sosial dengan mereka yang memiliki akses luas dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang dampak kausal.

4. Penelitian kualitatif dapat dilakukan untuk menggali persepsi anak muda Labuhanbatu mengenai tantangan dan peluang berwirausaha di era digital, serta bagaimana mereka secara pribadi menggunakan media sosial untuk tujuan kewirausahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Haddad, S., Al-Sartawi, A. M., & Al-Zoubi, M. R. (2023). *Shaping Sustainable Entrepreneurial Intentions among Business Students: A Cross-Country Study*. *Sustainability*, 15(3), 2489. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/3/2489>

Al-Haddad, S., Al-Sartawi, A. M., & Al-Zoubi, M. R. (2024). *The mediating role of social and entrepreneurial self-efficacies in the relationship between entrepreneurial social identities and intention*. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 31(1), 1-20. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/jsbed-12-2023-0608/full/html>

Aithor. (n.d.). *The Role of Social Media in Small Business Growth and Entrepreneurship*. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://aithor.com/essay-examples/the-role-of-social-media-in-small-business-growth-and-entrepreneurship>

Badan Pusat Statistik. (n.d.). *Proporsi Individu Yang Menggunakan Internet Menurut Provinsi*. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTIyNSMy/proporsi-individu-yang-menggunakan-internet-menurut-provinsi.html>

Badan Pusat Statistik Kabupaten Labuhanbatu. (2024, Maret 26). *Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Labuhanbatu Tahun 2023*. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://labuhanbatukab.bps.go.id/id/pressrelease/2024/03/26/238/pertumbuhan-ekonomi-kabupaten-labuhanbatu-tahun-2023.html>

Biro Pengembangan Minat Bakat dan Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Medan Area. (2022, Mei 31). *Dampak Penggunaan Media Sosial dan Manfaat untuk Bisnis*. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://bpmbkm.uma.ac.id/2022/05/31/dampak-penggunaan-media-sosial-dan-manfaat-untuk-bisnis/>

Databoks. (2024, Mei 29). *Tingkat Penetrasi Internet di 38 Provinsi Indonesia Tahun 2024*. Katadata. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/66ed03a813441/tingkat-penetrasi-internet-di-38-provinsi-indonesia-tahun-2024>

Gupta, A., & Gupta, P. (2023). *Opportunities for Social Media to Support Aspiring Entrepreneurs: A Case Study of India*. Diakses Juni 23, 2025, dari https://socialinnovations.us/wp-content/uploads/2024/04/Aarti_ACM23.pdf

Hidayat, R., & Handayani, N. (2023). *Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas, dan Kecerdasan Emosional Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Jakarta*. *Jurnal Bisnis Manajemen & Kewirausahaan*, 5(2), 127-138. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jbmk/article/download/32950/14321/90094>

Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BAPPENAS). (2011). *Strategi Nasional Kewirausahaan Pemuda*. Diakses Juni 23, 2025, dari https://perpustakaan.bappenas.go.id/e-library/file_upload/koleksi/migrasi-data-publikasi/file/Unit_Kerja/Direktorat%20KPAP0/Strategi_Nasional_Kewirausahaan_Pemuda.pdf

Kumara, A. A., & Wulandari, S. (2020). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Dengan Menggunakan Media Sosial*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 6(2), 1-10. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/3533>

Kumaran. (2022, November 28). *Pengertian Media Sosial, Ciri-ciri, dan Fungsinya*. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://m.kumaran.com/pengertian-dan-istilah/pengertian-media-sosial-ciri-ciri-dan-fungsinya-20NLhAo6t3k>

Layyinah, N. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)*. (Skripsi tidak dipublikasikan). UIN Walisongo Semarang. Diakses Juni 23, 2025, dari https://eprints.walisongo.ac.id/26114/1/2005026053_Nisaul%20Layyinah_Tugas%20Akhir%20-%20Nisaul%20Layyinah.pdf

Lim, T. Y., & Wijaya, C. (2018). *Pengaruh Theory of Planned Behaviour Terhadap Entrepreneurial Intention Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 162-172. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://ejournals.umn.ac.id/index.php/manajemen/article/view/1629/998>

Mangkey, J. E., & Londa, A. D. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Manado*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(1), 1-10. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://ejurnal.unima.ac.id/index.php/manajemen-dan-kewirausahaan/article/download/4904/2409>

Meng, Y., Chen, J., Li, Y., & Li, W. (2022, April 14). *Evaluating the relationship between social media use frequency and mental health: A systematic review and meta-analysis*. *Frontiers in Public Health*. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9010631/>

MTs Negeri 8 Sleman. (2023, September 20). *Peran Media Sosial dalam Membentuk Pola Pikir Anak Muda*. Diakses Juni 23, 2025, dari

<https://mtsn8sleman.sch.id/blog/peran-media-sosial-dalam-membentuk-pola-pikir-anak-muda/>

Nur, A. (2019). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare*. (Skripsi tidak dipublikasikan). IAIN Parepare. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/2223/3/17.2400.055%20BAB%202.pdf>

Nur, M. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh*. (Skripsi tidak dipublikasikan). Universitas Malikussaleh. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://rama.unimal.ac.id/id/eprint/7236/3/Bab%20I.pdf>

Nurhayati, Y. (2017). *Kewirausahaan dan Pemberdayaan Pemuda dalam Mengurangi Pengangguran*. *Jurnal Ketenagakerjaan*, 12(2), 133-146. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://journals.kemnaker.go.id/index.php/naker/article/download/55/29/143>

Nurjanah, S. (2021). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia*. (Skripsi tidak dipublikasikan). Universitas Pendidikan Indonesia. Diakses Juni 23, 2025, dari http://repository.upi.edu/56079/4/S_PEA_1403445_Chapter2.pdf

Number Analytics. (2023, August 3). *Top Social Media Marketing Skills Every Entrepreneur Needs*. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://www.numberanalytics.com/blog/top-social-media-marketing-skills-every-entrepreneur-needs>

Nurdin, R. (2022). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang*. (Skripsi tidak dipublikasikan). STKIP PGRI Jombang. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://eprints.upjb.ac.id/914/1/ARTIKEL%20RIZAL%20NURDIN%20192042.pdf>

Prakerja. (2023, November 29). *5 Manfaat Media Sosial untuk Mengembangkan Bisnis IKM*. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://www.prakerja.go.id/artikel/insight/5-manfaat-media-sosial-untuk-mengembangkan-bisnis-ikm>

Pratiwi, A. R., & Wijaya, C. (2023). *The Role of Social Media in Increasing Entrepreneurial Motivation*. *Seminar Nasional Humaniora*, 3(1), 1-10. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH/article/view/37000/17080>

Purnomo, A., & Sumarsono, H. (2023). *Mengembangkan Minat Wirausaha Anak Muda: Kunci Sukses Entrepreneurship dan Life Skills*. *Jurnal Sosial Humaniora Riset*, 5(2), 1-10. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jsr/article/download/3533/2843/12611>

Santoso, T., & Astuti, R. (2021). *Konseptualisasi dan Pengembangan Pengukuran Sikap Karier Protean: Pendekatan Teori Kognitif Sosial Karier*. *Jurnal Ekuitas*, 9(1), 1-10. Diakses Juni 23, 2025, dari

<https://ejournal.stiesia.ac.id/ekuitas/article/download/4958/993/8818>

Sari, D. P. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung*. (Skripsi tidak dipublikasikan). Universitas Bandar Lampung. Diakses Juni 23, 2025, dari

<http://repo.darmajaya.ac.id/11780/6/BAB%20II.pdf>

Sribu. (2023, September 27). *Plus dan Minus Dampak Media Sosial Terhadap Bisnis*. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://www.sribu.com/id/blog/dampak-media-sosial/>

Triana, S. (2020). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Ekspektasi Pendapatan, Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Semarang*. (Skripsi tidak dipublikasikan). Universitas Semarang. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2020/B.131.20.0140/B.131.20.0140-15-File-Komplit-20240117091512.pdf>

Wang, X., & Li, Y. (2022). *Social Media Use and Entrepreneurial Intention Among Vocational Students in China: The Role of Entrepreneurial Self-Efficacy and Gender*. *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*, 6(8), 1-10. Diakses Juni 23, 2025, dari <https://rsisinternational.org/journals/ijriss/articles/social-media-use-and-entrepreneurial-intention-among-vocational-students-in-china-the-role-of-entrepreneurial-self-efficacy-and-gender/>

Labuhanbatu.com.(2025). *Ayo Kuliah Di Labuhan Batu !!!!*., Diakses Juni 23, 2025 dari <https://labuhanbatu.com/2025/07/06/135/>