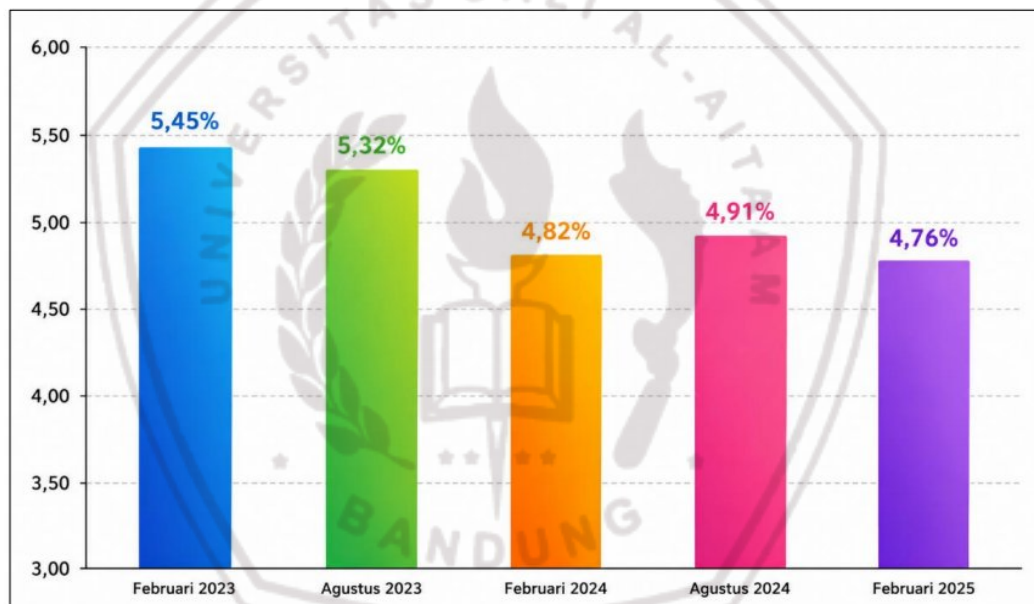


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi digital yang begitu pesat membawa tantangan sekaligus peluang besar bagi generasi muda, khususnya mahasiswa sebagai kelompok usia produktif. Di tengah kondisi pasar kerja yang semakin kompetitif, kemandirian ekonomi menjadi hal yang krusial untuk dipersiapkan sejak dini. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia menunjukkan tren yang cenderung menurun dalam tiga tahun terakhir.



Gambar 1. 1 Tingkat Pengangguran Terbuka di Indonesia

(Sumber: BPS Statistik 2023-2025, diolah peneliti)

Pada Februari 2023, TPT tercatat sebesar 5,45%, kemudian menurun menjadi 5,32% pada Agustus 2023. Selanjutnya, pada Februari 2024 angka TPT kembali turun menjadi 4,82%, meskipun sedikit meningkat menjadi 4,91% pada Agustus 2024. Pada Februari 2025, TPT kembali mengalami penurunan menjadi 4,76%, atau turun 0,06 poin persentase dibandingkan Agustus 2024. Meskipun menunjukkan tren perbaikan, tingkat pengangguran pada kelompok lulusan perguruan tinggi masih menjadi penyumbang angka yang cukup signifikan, sehingga menunjukkan

bahwa pendidikan tinggi belum sepenuhnya menjamin terserapnya lulusan ke dunia kerja. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk mendorong mahasiswa agar tidak hanya berorientasi sebagai pencari kerja (*job seeker*), tetapi juga sebagai pencipta lapangan kerja (*job creator*) melalui kegiatan kewirausahaan yang produktif.

Salah satu bentuk kemandirian ekonomi yang perlu dibangun sejak dini di kalangan mahasiswa adalah minat berwirausaha. Minat berwirausaha dapat dipahami sebagai kecenderungan, ketertarikan, dan komitmen individu untuk mendirikan serta mengembangkan usaha secara mandiri. Minat tersebut dapat tercermin melalui adanya tujuan profesional untuk menjadi wirausaha, ketertarikan terhadap kegiatan kewirausahaan, upaya untuk mempelajari kewirausahaan, tekad untuk membangun usaha di masa depan, serta kesediaan menghadapi risiko dalam menjalankan usaha. Dengan demikian, minat berwirausaha tidak hanya berkaitan dengan keinginan untuk membuka usaha, tetapi juga mencakup keseriusan, kesiapan, dan kemauan individu untuk mempersiapkan diri menghadapi dunia kewirausahaan.

Dalam konteks kehidupan mahasiswa di kawasan Cipagalo, minat berwirausaha menunjukkan kondisi yang cukup baik berdasarkan hasil observasi yang dilakukan terhadap 42 responden mahasiswa sebagaimana tersaji dalam tabel berikut.

Tabel 1. 1
Hasil Observasi Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Indikator	Item	Pertanyaan	Responden	Klasifikasi	Skor
Tujuan Profesional Menjadi Wirausaha	Y.1.1	Saya memiliki keinginan menjadi wirausaha di masa depan.	76%	Sangat Setuju	4,28
	Y.1.2	Saya menjadikan wirausaha sebagai pilihan karier	62%	Sangat Setuju	4,23

Indikator	Item	Pertanyaan	Responden	Klasifikasi	Skor
		utama setelah lulus kuliah.			
Ketertarikan terhadap kewirausahaan	Y.2.1	Saya lebih tertarik membuka usaha dibanding bekerja pada orang lain.	81%	Sangat Setuju	4,32
	Y.2.2	Saya merasa berwirausaha adalah pilihan yang menarik dan menjanjikan bagi saya.	62%	Setuju	4,19
Upaya mempelajari kewirausahaan	Y.3.1	Saya berusaha mencari informasi tentang kewirausahaan.	64%	Sangat Setuju	4,29
	Y.3.2	Saya aktif mengikuti seminar, pelatihan, atau membaca buku tentang wirausaha untuk menambah wawasan saya.	64%	Sangat Setuju	4,22
Tekad membangun usaha di masa depan	Y.4.1	Saya memiliki rencana membuka usaha di masa depan.	74%	Sangat Setuju	4,35
	Y.4.2	Saya sudah memikirkan jenis usaha yang ingin saya jalankan di masa mendatang.	64%	Sangat Setuju	4,22

Indikator	Item	Pertanyaan	Responden	Klasifikasi	Skor
Kesediaan menghadapi risiko	Y.5.1	Saya siap menghadapi risiko dalam menjalankan usaha	79%	Sangat Setuju	4,45
	Y.5.2	Saya percaya bahwa risiko dalam berwirausaha dapat dikelola dengan perencanaan yang matang.	69%	Sangat Setuju	4,34

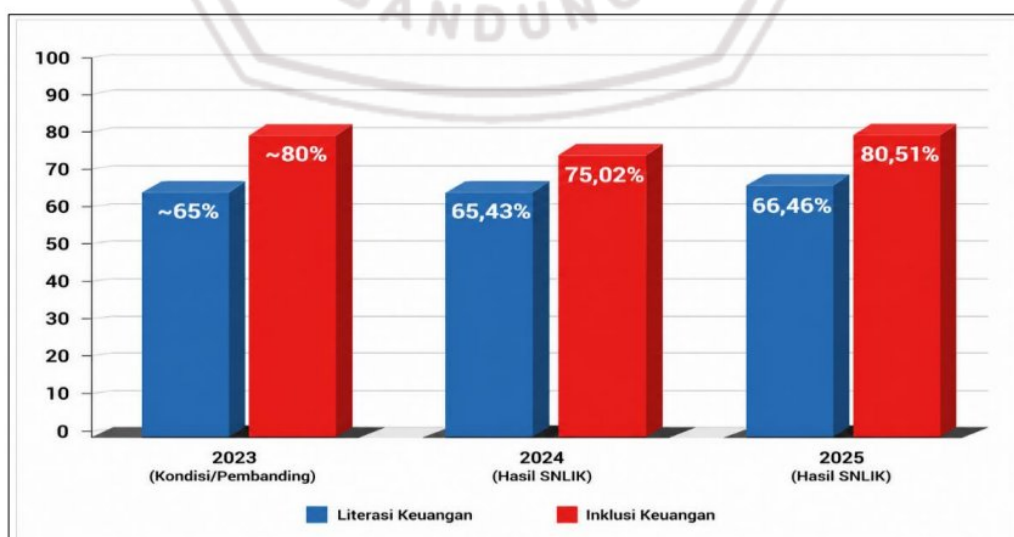
(Sumber: Peneliti, 2026)

Berdasarkan hasil observasi tersebut, pada dimensi tujuan profesional menjadi wirausaha, sebanyak 76% atau 32 mahasiswa menyatakan sangat setuju memiliki keinginan untuk menjadi wirausaha di masa depan dengan skor 4,28. Sementara itu, sebanyak 62% atau 26 mahasiswa menyatakan sangat setuju menjadikan wirausaha sebagai pilihan karier utama setelah lulus kuliah dengan skor 4,23. Pada dimensi ketertarikan terhadap kewirausahaan, sebanyak 81% atau 34 mahasiswa menyatakan sangat setuju lebih tertarik membuka usaha dibandingkan bekerja pada orang lain dengan skor 4,32. Persentase tersebut merupakan yang tertinggi di antara seluruh item variabel minat berwirausaha.

Selanjutnya, pada dimensi upaya mempelajari kewirausahaan, sebanyak 64% atau 27 mahasiswa menyatakan sangat setuju berusaha mencari informasi tentang kewirausahaan dengan skor 4,29, dan sebanyak 64% atau 27 mahasiswa juga menyatakan sangat setuju aktif mengikuti seminar, pelatihan, atau membaca buku tentang wirausaha dengan skor 4,22. Pada dimensi tekad membangun usaha di masa depan, sebanyak 74% atau 31 mahasiswa menyatakan sangat setuju memiliki rencana membuka usaha di masa depan dengan skor 4,35, sedangkan sebanyak 64% atau 27 mahasiswa menyatakan sangat setuju telah memikirkan jenis usaha yang ingin dijalankan di masa mendatang dengan skor 4,22.

Adapun pada dimensi kesediaan menghadapi risiko, sebanyak 79% atau 33 mahasiswa menyatakan sangat setuju siap menghadapi risiko dalam menjalankan usaha dengan skor 4,45. Selain itu, sebanyak 69% atau 29 mahasiswa menyatakan sangat setuju bahwa risiko dalam berwirausaha dapat dikelola dengan perencanaan yang matang dengan skor 4,34. Secara keseluruhan, hasil observasi menunjukkan bahwa mahasiswa di kawasan Cipagalo memiliki minat berwirausaha yang kuat, mulai dari tujuan profesional, ketertarikan, upaya belajar, tekad membangun usaha, hingga kesediaan menghadapi risiko.

Tingginya minat berwirausaha mahasiswa tersebut penting untuk didukung oleh berbagai faktor yang dapat meningkatkan kesiapan mereka dalam menjalankan kegiatan usaha. Salah satu faktor yang berperan penting adalah **literasi keuangan**. Literasi keuangan dapat dipahami sebagai kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan secara efektif. Literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, serta sikap dan perilaku keuangan yang dapat membantu seseorang dalam mengelola sumber daya ekonomi. Dalam konteks kewirausahaan, literasi keuangan diperlukan untuk membantu mahasiswa dalam mengelola modal, menyusun perencanaan keuangan, mempertimbangkan risiko, serta mengambil keputusan keuangan yang berkaitan dengan kegiatan usaha. Namun demikian, kondisi literasi keuangan masyarakat Indonesia masih belum sepenuhnya optimal.



Gambar 1. 2 Hasil SNLIK OJK & BPS

(Sumber: Peneliti, 2026)

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025 mencatat bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia mencapai 66,46 persen, meningkat dibandingkan tahun 2024 yang sebesar 65,43 persen dan tahun 2023 yang sebesar 65 persen. Meskipun menunjukkan tren positif, angka tersebut masih menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Indonesia belum sepenuhnya memiliki pemahaman keuangan yang memadai sebagai bekal untuk mengelola sumber daya ekonomi secara efektif. Kondisi tersebut juga ditemukan pada mahasiswa di kawasan Cipagalo.

Tabel 1. 2
Hasil Observasi Variabel Literasi Keuangan (X1)

Indikator	Item	Pertanyaan	Responden	Klasifikasi	Skor
Pengetahuan Keuangan	X1.1.1	Saya memahami konsep dasar keuangan seperti tabungan, bunga, dan investasi.	52%	Sangat Memadai	4,45
	X1.1.2	Saya mempertimbangkan risiko sebelum mengambil keputusan keuangan.	76%	Sangat Memadai	4,31
Keterampilan Keuangan	X1.2.1	Saya mampu mengelola keuangan pribadi dengan baik.	31%	Sangat Memadai	4,3
	X1.2.2	Saya terbiasa membuat perencanaan keuangan (anggaran).	45%	Memadai	4,15
Sikap dan Perilaku Keuangan	X1.3.1	Saya memiliki kebiasaan menabung (menyisihkan uang) secara rutin.	36%	Sangat Memadai	4,46

Indikator	Item	Pertanyaan	Responden	Klasifikasi	Skor
	X1.3.2	Saya berusaha menggunakan uang secara bijak dan menghindari pengeluaran yang tidak perlu.	43%	Memadai	4,16

(Sumber: Peneliti, 2026)

Hasil observasi terhadap 42 responden mahasiswa menunjukkan bahwa pemahaman literasi keuangan mereka masih perlu ditingkatkan. Pada aspek pengetahuan keuangan, sebanyak 52% atau 22 mahasiswa menyatakan memiliki pemahaman yang sangat memadai terhadap konsep dasar keuangan seperti tabungan, bunga, dan investasi dengan skor 4,45. Sementara itu, sebanyak 76% atau 32 mahasiswa menyatakan memiliki kemampuan yang sangat memadai dalam mempertimbangkan risiko sebelum mengambil keputusan keuangan dengan skor 4,31.

Pada aspek keterampilan keuangan, hanya 31% atau 13 mahasiswa yang memiliki kemampuan sangat memadai dalam mengelola keuangan pribadi dengan skor 4,30. Persentase tersebut merupakan yang terendah di antara seluruh item variabel literasi keuangan. Selain itu, sebanyak 45% atau 19 mahasiswa menyatakan terbiasa membuat perencanaan keuangan dengan klasifikasi memadai dan skor 4,15. Pada aspek sikap dan perilaku keuangan, sebanyak 36% atau 15 mahasiswa memiliki kebiasaan menabung secara rutin dengan skor 4,46, sedangkan sebanyak 43% atau 18 mahasiswa berusaha menggunakan uang secara bijak dan menghindari pengeluaran yang tidak perlu dengan skor 4,16.

Data tersebut menunjukkan bahwa meskipun sebagian mahasiswa telah memiliki pengetahuan keuangan yang relatif baik, kemampuan dalam menerapkan pengetahuan tersebut ke dalam keterampilan dan perilaku keuangan sehari-hari masih belum optimal. Kondisi ini menjadi penting untuk dikaji karena kemampuan dalam mengelola keuangan dapat menjadi salah satu bekal dalam membangun dan mengembangkan usaha.

Hubungan antara literasi keuangan dan minat berwirausaha juga didukung oleh beberapa penelitian terdahulu. Meliaman Ndruru et al. (2025) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa untuk berwirausaha. Selanjutnya, penelitian Adi Arta dan Sujana (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap minat kewirausahaan mahasiswa akuntansi. Hasil yang sejalan juga ditemukan oleh Silaban et al. (2026), yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan mahasiswa dalam memahami dan mengelola keuangan memiliki keterkaitan dengan keinginan dan kesiapan mereka untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan.

Selain literasi keuangan, perkembangan teknologi digital juga menghadirkan faktor lain yang berpotensi memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa, yaitu **promosi konten finansial di media sosial**. Media sosial telah menjadi salah satu saluran informasi yang sangat dekat dengan kehidupan mahasiswa. Promosi konten finansial di media sosial dapat dipahami sebagai kegiatan komunikasi berbasis digital yang menyampaikan informasi, membujuk, mengingatkan, serta mendorong audiens untuk melakukan tindakan tertentu yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan. Konten tersebut dapat ditemukan melalui berbagai platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube.

Kementerian Komunikasi dan Informatika mencatat bahwa pada tahun 2024, penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 79,5 persen dari total populasi, dengan rata-rata penggunaan internet per hari mencapai 7 jam 38 menit. We Are Social dan Meltwater dalam laporan Digital 2024 juga mencatat bahwa Indonesia menempati posisi keempat negara dengan jumlah pengguna media sosial terbanyak di dunia, dengan total 167 juta pengguna aktif. Besarnya penetrasi internet dan penggunaan media sosial tersebut membuka peluang yang besar bagi penyebaran informasi dan konten finansial kepada generasi muda. Namun, tingginya paparan terhadap konten finansial di media sosial belum sepenuhnya menunjukkan dampak yang optimal terhadap dorongan tindakan ekonomi mahasiswa.

Tabel 1.3
Hasil Observasi Promosi Konten Finansial (X2)

Indikator	Item	Pertanyaan	Responden	Klasifikasi	Skor
Penyampaian Informasi Finansial	X2.1.1	Saya sering melihat konten finansial di media sosial.	71%	Sering	4,10
	X2.1.2	Konten finansial membantu saya memahami pengelolaan keuangan.	57%	Sering	4,16
Daya Bujuk Konten	X2.2.1	Konten finansial menarik perhatian saya untuk dipelajari lebih lanjut.	43%	Sangat Sering	4,33
	X2.2.2	Konten finansial di media sosial membuat saya semakin tertarik untuk mulai mengelola keuangan secara lebih serius.	43%	Sering	4,05
Interaksi dan Komunikasi Digital	X2.3.1	Saya sering berinteraksi dengan konten finansial (like, komentar, share).	40%	Sangat Sering	4,52
	X2.3.2	Saya aktif mengikuti akun atau komunitas edukasi keuangan di media sosial untuk mendapatkan	55%	Sangat Sering	4,21

Indikator	Item	Pertanyaan	Responden	Klasifikasi	Skor
		informasi terbaru.			
Dorongan Terhadap Tindakan Ekonomi	X2.4.1	Konten finansial mendorong saya mencoba mengelola keuangan atau berwirausaha	36%	Sangat Sering	4,26
	X2.4.2	Setelah melihat konten finansial, saya terdorong untuk mengambil tindakan nyata seperti menabung, berinvestasi, atau mencoba usaha.	43%	Sangat Sering	4,27
Penguatan Ingatan	X2.5.1	Saya sering mengingat kembali informasi keuangan dari media sosial.	40%	Sering	4,17
	X2.5.2	Konten finansial yang saya lihat secara rutin membuat saya selalu teringat pentingnya mengelola keuangan dengan baik.	67%	Sering	4,17

(Sumber: Peneliti, 2026)

Berdasarkan hasil observasi terhadap 42 responden mahasiswa di kawasan Cipagalo, sebanyak 71% atau 30 mahasiswa menyatakan sering melihat konten finansial di media sosial dengan skor 4,10. Selain itu, sebanyak 57% atau 24 mahasiswa menyatakan bahwa konten finansial membantu mereka memahami pengelolaan keuangan dengan skor 4,16.

Pada aspek daya bujuk konten, sebanyak 43% atau 18 mahasiswa menyatakan bahwa konten finansial sangat sering menarik perhatian mereka untuk dipelajari lebih lanjut dengan skor 4,33. Namun, hanya 43% atau 18 mahasiswa yang menyatakan sering merasa semakin tertarik untuk mengelola keuangan secara lebih serius setelah melihat konten finansial dengan skor 4,05. Pada aspek interaksi dan komunikasi digital, sebanyak 40% atau 17 mahasiswa sangat sering berinteraksi dengan konten finansial melalui like, komentar, atau share dengan skor 4,52, sedangkan sebanyak 55% atau 23 mahasiswa sangat sering mengikuti akun atau komunitas edukasi keuangan di media sosial dengan skor 4,21.

Selanjutnya, pada aspek dorongan terhadap tindakan ekonomi, hanya 36% atau 15 mahasiswa yang menyatakan bahwa konten finansial sangat sering mendorong mereka untuk mencoba mengelola keuangan atau berwirausaha dengan skor 4,26. Persentase tersebut merupakan yang terendah di antara seluruh item variabel promosi konten finansial. Sementara itu, sebanyak 43% atau 18 mahasiswa menyatakan sangat sering terdorong untuk mengambil tindakan nyata seperti menabung, berinvestasi, atau mencoba usaha setelah melihat konten finansial dengan skor 4,27.

Pada aspek penguatan ingatan, sebanyak 40% atau 17 mahasiswa menyatakan sering mengingat kembali informasi keuangan dari media sosial dengan skor 4,17. Adapun sebanyak 67% atau 28 mahasiswa menyatakan bahwa konten finansial yang mereka lihat secara rutin membuat mereka selalu teringat pentingnya mengelola keuangan dengan baik dengan skor 4,17. Secara keseluruhan, hasil observasi menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat keterpaparan yang cukup tinggi terhadap konten finansial di media sosial. Namun, dampaknya terhadap dorongan untuk melakukan tindakan ekonomi nyata, khususnya berwirausaha, masih belum optimal.

Beberapa penelitian terdahulu juga menunjukkan adanya keterkaitan antara media sosial dan minat atau intensi berwirausaha. Juen dan Lina (2025) menemukan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

niat kewirausahaan. Alfaruk (2017) juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Selanjutnya, Nurhayati (2020) menemukan bahwa pemanfaatan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana yang berpotensi mendukung terbentuknya minat berwirausaha mahasiswa.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat fenomena yang menarik untuk dikaji. Di satu sisi, mahasiswa di kawasan Cipagalo menunjukkan minat berwirausaha yang relatif tinggi. Di sisi lain, kondisi literasi keuangan masih menunjukkan adanya keterbatasan, terutama dalam aspek keterampilan dan penerapan perilaku keuangan, sementara promosi konten finansial di media sosial yang telah memiliki tingkat keterpaparan cukup tinggi belum sepenuhnya mampu mendorong mahasiswa untuk melakukan tindakan ekonomi nyata seperti berwirausaha. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara tingginya minat berwirausaha dengan kondisi literasi keuangan serta dampak promosi konten finansial di media sosial.

Oleh karena itu, penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai sejauh mana literasi keuangan dan promosi konten finansial di media sosial dapat memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Berdasarkan uraian fenomena dan penelitian terdahulu tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PROMOSI KONTEN FINANSIAL DI MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA DI CIPAGALO.”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, dapat diidentifikasi sejumlah permasalahan sebagai berikut:

- a. Tingkat literasi keuangan mahasiswa di kawasan Cipagalo masih belum optimal, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil Observasi terhadap 42

responden mahasiswa yang memperlihatkan bahwa ketiga indikator literasi keuangan, yakni pengetahuan keuangan, keterampilan keuangan, serta sikap dan perilaku keuangan pada mahasiswa masih banyak mahasiswa yang belum masuk pada kualifikasi memadai. Kondisi ini sejalan dengan data OJK dalam SNLIK tahun 2025 yang mencatat bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia secara nasional baru mencapai 66,46 persen, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar masyarakat, termasuk kalangan mahasiswa, belum sepenuhnya memiliki pemahaman keuangan yang memadai sebagai bekal untuk mengelola sumber daya ekonomi secara efektif.

- b. Meskipun mahasiswa di kawasan Cipagalo memiliki tingkat keterpaparan yang cukup tinggi terhadap promosi konten finansial di media sosial, sebagaimana tercermin dari 71% responden yang menyatakan sering melihat konten finansial di berbagai platform digital, paparan tersebut belum berdampak secara optimal terhadap perubahan perilaku keuangan yang lebih mendalam maupun terhadap dorongan untuk berwirausaha. Hal ini ditunjukkan oleh masih rendahnya persentase responden pada dimensi dorongan terhadap tindakan ekonomi, di mana hanya 36% mahasiswa yang menyatakan bahwa konten finansial mendorong mereka untuk mencoba berwirausaha, sehingga mengindikasikan bahwa fungsi persuasif konten finansial di media sosial belum bekerja secara optimal di kalangan mahasiswa.
- c. Minat berwirausaha mahasiswa di kawasan Cipagalo menunjukkan kondisi yang positif, di mana seluruh indikator berada pada klasifikasi sangat setuju dengan persentase responden yang tinggi, khususnya pada dimensi ketertarikan terhadap kewirausahaan (81%) dan kesediaan menghadapi risiko (79%). Namun terdapat kesenjangan yang menarik karena tingginya minat berwirausaha tersebut tidak sejalan dengan kondisi literasi keuangan dan promosi konten finansial di media sosial yang keduanya masih belum menunjukkan hasil yang optimal, sehingga diperlukan kajian empiris lebih

lanjut untuk memahami sejauh mana kedua variabel tersebut berkontribusi dalam membentuk minat berwirausaha mahasiswa di kawasan Cipagalo.

- d. Belum diketahui secara empiris seberapa besar pengaruh literasi keuangan dan promosi konten finansial di media sosial, baik secara parsial maupun simultan, terhadap minat berwirausaha mahasiswa di kawasan Cipagalo. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengukur arah dan kekuatan pengaruh kedua variabel tersebut secara kuantitatif agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

1.3 Batasan Masalah

Untuk mempertahankan ketajaman dan kedalaman analisis, penelitian ini membatasi cakupan kajian pada hal-hal berikut:

- a. Penelitian ini memusatkan perhatian pada tiga variabel utama: literasi keuangan (X1) dan promosi konten finansial di media sosial (X2) sebagai variabel independen, serta minat berwirausaha (Y) sebagai variabel dependen. Variabel lain yang berpotensi mempengaruhi minat berwirausaha—misalnya motivasi intrinsik, latar belakang keluarga, sifat kepribadian, atau kondisi ekonomi makro—tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.
- b. Subjek penelitian dibatasi pada mahasiswa yang tinggal atau beraktivitas di wilayah Desa Cipagalo, Kabupaten Bandung, tanpa membatasi pada perguruan tinggi tertentu. Syarat responden adalah mahasiswa aktif pada jenjang D1/D3 atau S1 yang memiliki dan aktif menggunakan akun media sosial.
- c. Pengukuran variabel dilakukan dengan kuesioner ber-skala Likert 1–5 yang telah melalui uji validitas dan reliabilitas. Indikator kuesioner tersebut diturunkan dari teori Literasi Keuangan Modern (Kusumastuti et al., 2022), Manajemen Pemasaran Modern (Hamid et al., 2023), dan teori Minat Berwirausaha (Suyadi, 2025).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana literasi keuangan mahasiswa di Cipagalo?
2. Bagaimana promosi konten finansial di media sosial pada mahasiswa di Cipagalo?
3. Bagaimana minat berwirausaha mahasiswa di Cipagalo?
4. Seberapa besar pengaruh literasi keuangan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Cipagalo?
5. Seberapa besar pengaruh promosi konten finansial di media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Cipagalo?
6. Seberapa besar pengaruh literasi keuangan dan promosi konten finansial di media sosial secara simultan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Cipagalo?

1.5 Tujuan Penelitian

Selaras dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui literasi keuangan mahasiswa di Cipagalo.
2. Mengetahui promosi konten finansial di media sosial pada mahasiswa di Cipagalo.
3. Mengetahui minat berwirausaha mahasiswa di Cipagalo.
4. Mengetahui seberapa besar pengaruh literasi keuangan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Cipagalo.
5. Mengetahui seberapa besar pengaruh promosi konten finansial di media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Cipagalo.
6. Mengetahui seberapa besar pengaruh literasi keuangan dan promosi konten finansial di media sosial secara simultan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Cipagalo.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam dua dimensi, yakni manfaat teoretis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoretis

- a. Memperkaya khazanah ilmu pengetahuan di bidang manajemen keuangan dan kewirausahaan, khususnya mengenai keterkaitan antara literasi keuangan dan media sosial dengan pembentukan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.
- b. Memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) dalam konteks minat wirausaha mahasiswa Indonesia, khususnya pada setting kawasan peri-urban seperti Cipagalo.
- c. Menjadi referensi akademik bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa dengan cakupan yang lebih luas atau dengan pendekatan metodologi yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi institusi pendidikan tinggi, hasil penelitian ini dapat menjadi landasan dalam merancang kurikulum atau program peningkatan literasi keuangan yang lebih kontekstual dan relevan dengan kebutuhan mahasiswa yang berminat berwirausaha.
- b. Bagi pembuat kebijakan, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam merancang program penguatan ekosistem wirausaha muda di tingkat lokal, terutama melalui pemanfaatan *platform digital* sebagai media edukasi finansial.
- c. Bagi mahasiswa dan masyarakat umum di Cipagalo, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya literasi keuangan dan pemanfaatan media sosial secara bijak sebagai langkah awal menuju kemandirian ekonomi melalui wirausaha.
- d. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat sebagai sarana pengembangan kompetensi akademik sekaligus sebagai aplikasi dari ilmu manajemen yang telah diperoleh selama masa studi.