

PENGARUH KREATIVITAS DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA

Wuzira Azka Nadya¹, Tri Wera Agrita², Oktavian Dwi Prasetyo³, Fauziah⁴, Muazza⁵

^{1,2}Pendidikan Guru Sekolah Dasar Universitas Muhammadiyah Muara Bungo, Indonesia

³Pend. Jasmani Kesehatan dan Rekreasi Universitas Muhammadiyah Muara Bungo, Indonesia

⁴Pendidikan Teknologi Informasi, Universitas Muhammadiyah Muara Bungo, Indonesia

⁵Universitas Jambi, Indonesia

e-mail: ¹wuzira.azkanadya@gmail.com, ²triweramaulana@gmail.com,

³oktaviandwiprasetyo53@gmail.com, Fauziah.novel@gmail.com, muazza@unja.ac.id

ABSTRAK

Potensi sebuah negara dapat berkembang dengan generasi muda yang memiliki minat terhadap kewirausahaan yang senantiasa didukung oleh pengguna media sosial yang bijak dan akhirnya pada saat ini banyak generasi muda yang ingin dikembangkan oleh mereka di daerah. sehingga tidak bisa dipungkiri bahwa generasi muda yang kreatif akan menciptakan sesuatu ide atau gagasan yang berguna untuk mengembangkan usaha yang lebih potensial. Tujuan penelitian ini untuk menuluri bagaimana efek kreatif generasi muda dan penggunaan media sosial dalam menumbuhkan minat berwirausaha. Mendeteksi imbas antara beberapa variabel yang diteliti maka metode yang digunakan yaitu melalui pendekatan analisis asosiatif, dimana populasinya adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Muara Bungo dari Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan serta Fakultas Teknologi, Kesehatan dan Sains. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 35 mahasiswa. Adapun teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dan kuesioner yang diberikan pada mahasiswa yang menjadi sumber data primer dan diukur dengan skala likert, kemudian instrument penelitian dilakukan uji kualitas data dan uji prasyarat dan untuk mendeteksi kreatifitas dan penggunaan media sosial terhadap minat wirausaha generasi muda. Untuk pengolahan data dibantu dengan aplikasi SPSS 25. Hasilnya adalah kreatifitas dan penggunaan media sosial memiliki pengaruh dalam menumbuhkan minat wirausaha generasi muda.

Kata Kunci: *Kreativitas, Penggunaan Media Sosial, Minat Berwirausaha*

ABSTRACT

A country's potential can develop with a young generation interested in entrepreneurship and always supported by wise social media users. Finally, there are currently many young people who want to be developed in the region. So, it cannot be denied that the creative young generation will create ideas or concepts that are useful for developing more potential businesses. This research aims to explore the imaginative effects of the younger generation and the use of social media in generating interest in entrepreneurship. To detect the impact between several variables studied, the method used was an associative analysis approach, where the population was students from the Muhammadiyah University of Muara Bungo from the Faculty of Teacher Training and Education and the Faculty of Technology, Health and Science. The number of samples used in this research was 35 students. The sampling technique is purposive sampling, and a questionnaire is given to students who are the primary data source and measured using a Likert Scale. Then, the research instrument is tested for data quality and prerequisite tests to detect the impact of creativity and social media use on the younger generation's entrepreneurial interest. The SPSS application assists data processing. 25. The result is that creativity and the use of social media influence the development of the entrepreneurial interest of the younger generation.

Keywords: *Creativity, Use of Social Media, interest in entrepreneurship*

PENDAHULUAN

Negara bisa dikatakan maju jika memiliki SDM (Sumber Daya Manusia) yang memiliki tingkat ekonomi yang cukup dan lapangan kerja yang tersedia bagi masyarakat dapat terdidik sesuai dengan kompetensinya. Untuk saat ini kewirausahaan sangat berkaitan dengan pencarian nafkah untuk memenuhi

kebutuhan hidup, meskipun di era saat ini kewirausahaan tidak serta merta hanya sekedar bekerja dalam rangka mencari nafkah. Kewirausahaan dapat pula dikatakan sebagai salah satu faktor penentu bagi kemajuan perekonomian suatu Negara. Pertumbuhan ekonomi dapat dicapai jika negara memiliki banyak wirausaha (Triyani et

al., 2021) Di Indonesia di era saat ini, masyarakat tidak lagi bergantung pada profesi yang berkaitan dengan pemerintahan, seperti PNS maupun lainnya. Kewirausahaan sebagai sarana pendorong diperlukan peranan satuan pendidikan seperti sekolah menengah maupun sekolah tinggi melalui penyelenggara pendidikan kewirausahaan. Kewirausahaan adalah orang yang memiliki watak, watak dan ciri-ciri orang yang memiliki kemauan yang kuat untuk mewujudkan dan mengembangkan ide-ide kreatif dan inovatifnya menjadi kegiatan yang bernilai (Agrita et al., 2023)

Didalam jiwa manusia diharapkan kewirausahaan tumbuh dengan sikap dan kemauan mandiri demi mendapatkan kehidupan yang tidak bergantung kepada orang lain. Adapun langkah untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan adalah dengan menanamkan minat berwirausaha. Minat berwirausaha inilah yang nantinya akan menimbulkan keputusan untuk berwirausaha.

Kewirausahaan memiliki fungsi utama sebagai inovator berbagai macam bagian. Yang dimaksud inovator adalah seorang wirausahawan harus memiliki banyak inovasi untuk meningkatkan kemajuan usaha yang sedang dijalankan. Jiwa yang mandiri sangatlah penting bagi wirausahawan, karena hal tersebut merupakan pilar utama dalam menentukan banyak hal dalam menjalankan usahanya.

Sebelum menjadi wirausahawan, seseorang harus mempertimbangkan secara terperinci faktor apa saja jika ingin memulai sebuah usaha. Faktor yang mendorong dalam memulai usaha yaitu: kepribadian harus menyangkut aspek-aspek kehidupan seseorang, sikap sosial yang menyangkut masalah keluarga, dan juga hubungan seseorang dengan lingkungan sekitar. Kemudian ada faktor yang mempengaruhi keinginan seseorang untuk memiliki jalur entrepreneurship sebagai jalan hidupnya salah satunya lingkungan dan pergaulan. Lingkungan yang dimaksud dapat berupa lingkungan keluarga maupun lingkungan masyarakat (Hidayat, et al., 2017). Generasi muda secara ideal sudah harus memiliki jiwa berwirausaha yang tepat seperti jiwa petualang, berfikir kemajuan usaha, kaya akan ide, dan mampu melakukan hal-hal yang positif dalam berfikir, bersikap, dan bertindak untuk kemajuan usaha serta mampu mengembangkan usaha. Sehingga generasi muda bukan lagi sebagai konsumtif saja melainkan harus produktif sebagai pengembang ekonomi kreatif yang potensial. Saat ini pemerintah sangat mendukung para generasi muda untuk berani melakukan

perubahan melalui kewirausahaan di daerah, sehingga potensi perkembangan daerah mampu mendorong lahirnya ekonomi dari lingkungan anak muda yang kreatif. Pemerintah akan memberikan kontribusi dalam pengembangan usaha ekonomi yang dimotori oleh anak muda, dengan memberikan akses kemudahan dalam membuka peluang usaha yang sesuai dengan bidang keahlian anak muda.

Minat generasi muda dalam berwirausaha tidak tumbuh dengan sendirinya banyak faktor yang mempengaruhinya, salah satunya yaitu generasi muda dituntut harus memiliki kreativitas dan penggunaan media sosial yang bijak. Dimana dengan usaha yang digerakkan oleh anak muda mampu berinovatif dalam memanfaatkan setiap peluang untuk meraih kesuksesan. Selain kreativitas anak muda juga harus mampu mengelola penggunaan media sosial, dimana media sosial bukan sarana hanya memamerkan kehidupan melainkan harus menjadi sarana yang menghasilkan sesuatu yang lebih bernilai. Sehingga minat dan bakat wirausaha generasi muda akan sesuai dengan harapan pemerintah. Sehingga tujuan dari artikel ini yaitu untuk menjajaki kreativitas dan penggunaan media sosial berimbang dalam meningkatkan minat wirausaha pada generasi muda sebagai pengembang industry kreatif yang potensial.

Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, ketersediaan bekerja keras untuk memenuhi kebutuhan hidup tanpa merasa takut dengan risiko yang akan terjadi. Seorang wirausaha mampu melihat peluang yang tidak terpikirkan oleh orang lain serta harus mampu bertahan dengan segala sesuatu yang terjadi (Oktaviani, et al., 2020). Indikator minat wirausaha dalam penelitian ini yaitu, memiliki kemauan, sanggup bekerja secara maksimal, bisa mengambil resiko, optimis, produktif, inovatif, memiliki energi dan kapasitas dalam menutup kebutuhan (Setyaji, 2020).

Kreativitas adalah kemampuan seseorang dalam mengoptimalkan gagasan dan mampu mendeteksi metode yang tepat dalam menyelesaikan kesulitan dan memanfaatkan kesempatan yang ada sehingga ide tersebut menjadi kenyataan. Indikator dari kreativitas dalam penelitian ini adalah penguasaan dalam menciptakan sebuah perubahan, peka terhadap segala hal, mempunyai gagasan yang terbaru, percaya diri dan mampu bekerjasama (Wardani & Dewi, 2021).

Media sosial adalah fasilitas orang-orang dalam berkomunikasi dan berbagi maupun menukar informasi dalam dunia maya dan dunia nyata yang memiliki persamaan hobi,

satu sekolah, dengan waktu yang tidak dibatasi (Sirait, 2021). Menurut (Rahayu & Laela, 2018) manfaat media sosial adalah 1. Menjadi terkenal karena media sosial menjadi sarana orang untuk berkomunikasi, berdiskusi dan dapat mengekspresikan diri secara bebas melalui media sosial; 2. Media sosial menyajikan kesempatan secara individu untuk lebih dekat dengan konsumen secara intens dalam berinteraksi. indikator media sosial dalam penelitian ini adalah partisipasi, keterbukaan, dialog, komunikasi, saling terhubung dan ketangkasan anak muda secara bijak dalam penggunaan media sosial.

Berdasarkan ulasan yang diatas, maka perlu adanya penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh kreativitas dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis asosiatif, dimana metode ini mendeteksi beberapa variabel yaitu kreativitas dan penggunaan media sosial di lingkungan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Muara Bungo terhadap meningkatnya minat wirausaha bagi generasi muda terkhusus kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Muara Bungo sehingga dapat dibuat kesimpulan yang memberikan penjelasan gambaran tentang objek yang diteliti. Populasinya adalah mahasiswa yang ada di Universitas Muhammadiyah Muara Bungo dari Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dan Fakultas Teknologi, Kesehatan dan Sains. Kemudian jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebanyak 35 orang responden.

Penarikan sampel pada penelitian ini memakai teknik *purposive sampling* dengan kriteria yaitu mahasiswa yang terdapat mata kuliah kewirausahaan. Kemudian sumber data primer dari mahasiswa yang dikumpulkan melalui kuesioner, dan skala pengukuran yang digunakan yaitu Skala Likert untuk mengukur indikator variabel. pemeriksaan hasil analisis menggunakan uji validitas dan reliabilitas pada data yang terkumpul dengan dilanjutkan uji prasyarat. Uji prasyarat yang digunakan adalah uji normalitas, uji linieritas, uji Heteroskedastisitas dan uji Multikolinieritas. Untuk melihat pengaruhnya menggunakan uji hipotesis.

Hasil dan Pembahasan

A. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Muara Bungo dengan rincian, Program Studi

Pendidikan Guru Sekolah Dasar sebanyak 2 mahasiswa atau 6%, Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi 19 mahasiswa atau 54%, Pendidikan Teknologi dan Informasi 7 mahasiswa atau 20%, dan Teknologi Informasi 7 mahasiswa atau 20%.

Hasil Uji Kualitas Data

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kreatifitas

Kuisisioner	r _{hitung}	r _{tabel}	Ket
A1	0,047	0,334	Tidak Valid
A2	0,385	0,334	Tidak Valid
A3	0,219	0,334	Tidak Valid
A4	0,550	0,334	Valid
A5	0,448	0,334	Valid
A6	0,524	0,334	Valid
A7	0,653	0,334	Valid
A8	0,517	0,334	Valid
A9	0,630	0,334	Valid
A10	0,686	0,334	Valid
A11	0,524	0,334	Valid

Berdasarkan tabel 1 diatas terdapat 3 pernyataan yang tidak valid, sehingga 3 pernyataan yang tidak valid tersebut tidak dapat dilibatkan dalam uji reliabilitas. Hal ini karena nilai $r_{hitung} < r_{tabel} = 0,334$.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Penggunaan Media Sosial

Kuisisioner	r _{hitung}	r _{tabel}	Ket
A12	0,488	0,334	Valid
A13	0,465	0,334	Valid
A14	0,609	0,334	Valid
A15	0,767	0,334	Valid
A16	0,758	0,334	Valid
A17	0,657	0,334	Valid
A18	0,568	0,334	Valid
A19	0,713	0,334	Valid
A20	0,739	0,334	Valid
A21	0,677	0,334	Valid
A22	0,768	0,334	Valid

Berdasarkan tabel 2, seluruh kuisisioner pada variabel penggunaan media sosial disimpulkan valid karena $r_{hitung} < r_{tabel} = 0,334$.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Minat Berwirausaha

Kuisisioner	r _{hitung}	r _{tabel}	Ket
A23	0,618	0,334	Valid
A24	0,642	0,334	Valid
A25	0,658	0,334	Valid
A26	0,599	0,334	Valid
A27	0,622	0,334	Valid
A28	0,629	0,334	Valid
A29	0,308	0,334	Tidak Valid
A30	0,437	0,334	Valid

Berdasarkan tabel 3, terdapat 1 pernyataan yang tidak valid, sehingga 1 pernyataan yang tidak valid tersebut tidak dapat dilibatkan dalam uji reliabilitas. Hal ini karena nilai $r_{hitung} < r_{tabel} = 0,334$.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha Cronbachs
Kreativitas	0,810
Penggunaan Media sosial	0,901
Minat Berwirausaha	0,811

Berdasarkan tabel 4, hasil uji reliabilitasnya semua variabel baik variabel kreativitas, penggunaan media sosial, minat berwirausaha disimpulkan bahwa reliabel karena nilai *cronbachs alpha* lebih besar dari 0,60, sehingga data ini memenuhi kriteria dan dapat dilanjutkan ke uji prasyarat.

B. Hasil Uji Prasyarat

1. Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

Shapiro-Wilk		
Statistic	df	Sig.
.945	35	.080

Berdasarkan tabel 5, didapat nilai signifikansinya adalah 0,080 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Data ini berdistribusi normal sehingga layak untuk menjalankan uji prasyarat selanjutnya.

2. Uji Linieritas

Tabel 6. Hasil Uji Linieritas

Variabel	Nilai Linierity
• Kreativitas pada minat berwirausaha.	0,264
• Penggunaan Media sosial pada minat berwirausaha	0,168

Berdasarkan tabel 6, hasil uji linieritasnya dimana nilai linieritas baik pada variabel kreativitas pada minat berwirausaha sebesar 0,264 > 0,05 maka dinyatakan memiliki hubungan yang linier dan variabel penggunaan media sosial pada minat berwirausaha memiliki nilai sebesar 0,168 > 0,05 juga dinyatakan linier.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	t	Sig.
1 (Constant)	1.166	.252
Kreativitas	2.264	.030
Penggunaan Media Soisal	3.177	.045

Berdasarkan tabel 7, hasil dari uji heteroskedastisitas memiliki nilai sig

kreativitas 0,030 > 0,05 dan nilai sig penggunaan media sosial 0,045 > 0,05 sehingga data ini tidak terjadi heteroskedastisitas pada minat berwirausaha.

4. Uji Multikolinieritas

Tabel 8. Uji Multikolinieritas

Model	Sig.	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1 (Constant)	.252		
Kreativitas	.030	.515	1.943
Media Soisal	.003	.515	1.943

a. Dependent Variable: Minat Kewirausahaan

Berdasarkan tabel 8, hasil uji multikolinieritas pada variabel kreativitas dan penggunaan media sosial memiliki nilai tolerance sebesar 0,515 > 0,1 sehingga tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Sedangkan nilai V.I.F kreativitas dan penggunaan media sosial masing-masing memiliki nilai 1.943 > 10, maka juga tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Oleh karena itu data dalam penelitian ini semuanya memenuhi kriteria sebagai uji prasyarat dan bisa dilanjutkan ke tahap uji analisis data dan hipotesis.

C. Hasil Analisis Data

Tabel 9. Uji Analisa Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	3.186	2.732
Kreativitas	.354	.156
Media Soisal	.294	.093

a. Dependent Variable: Minat Kewirausahaan

Dari tabel 9, didapati persamaan regresi bergandanya:

$$MUW=3.186 + 0,354 (K) + 0,294 (MS)$$

Berikut adalah interpretasinya:

1. Nilai konstanta adalah 3.186, berarti jika kreativitas generasi muda dan penggunaan media sosial nilainya nol maka tingkat minat berwirausaha anak generasi muda akan tetap sebesar 3.186.
2. Nilai koefisien regresi dari kreativitas generasi muda nilainya sebesar 0,354, jika tingkat kreativitas generasi muda naik 1 poin maka minat berwirausaha generasi muda akan naik juga sebesar 0,354.
3. Nilai koefisien regresi dari penggunaan media sosial generasi muda nilainya sebesar 0,294, jika tingkat penggunaan media sosial generasi muda naik 1 poin maka minat berwirausaha generasi muda akan naik juga sebesar 0,294.

Selanjutnya adalah tabel 10. yang berkaitan dengan uji koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 ^a	.605	.580	2.284

A. Predictors: (Constant), Media Soisal, Kreativitas
 B. Dependent Variable: Minat Kewirausahaan

Berdasarkan hasil nilai uji koefisien determinasi dimana nilai *Adjusted R Square* adalah 0,580/58% maka dapat dikatakan bahwa kreativitas generasi muda dan penggunaan media sosial memiliki imbas yang sangat besar pada minat Berwirausaha yaitu sebesar 58%.

D. Hasil Uji Hipotesis

Tabel 11. Hasil Uji T-hitung Parsial

Model	t	Sig.
1 (Constant)	1.166	.252
Kreativitas	2.264	.000
Media Soisal	3.177	.003

A. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Berdasarkan tabel 11. hasil uji t hitung dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Hipotesis 1, Variabel kreativitas generasi muda memiliki pengaruh yang luar biasa terhadap minat berwirausaha, hal ini ditunjukkan dengan hasil t-hitung (2.264) dengan nilai signya adalah $0,000 < 0,05$.
- Hipotesis 2, variabel penggunaan media sosial memiliki pengaruh luar biasa pada minat berwirausaha generasi muda, hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t (3.177) disertai nilai signifikasinya $0,003 < 0,05$.

Selanjutnya adalah tabel 12, hasil uji F hitung sebagai berikut:

Tabel 12. Hasil Uji F-hitung

Model	F	Sig.
1 Regression	24.521	.000 ^b
Residual		
Total		

Berdasarkan tabel 12, hasil uji F hitung hipotesis didapat dimana hasil uji hipotesis ini diterima sebab kreativitas generasi mudadan penggunaan media sosial secara parsial berimbas pada minat berwirausaha generasi muda, hal ini ditunjukkan dengan hasil f hitungnya sebesar 24.521 dengan nilai signifikasinya adalah $0,000 < 0,05$.

KESIMPULAN

Generasi muda memiliki kreativitas dan penggunaan media sosial yang cukup luar biasa berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Sehingga dengan adanya kreativitas dan penggunaan media sosial secara bijak harus selalu diperhatikan dan dijaga oleh semua pihak yang selalu memberikan kultur yang positif bagi generasi muda yang akan melakukan wirausaha. Generasi muda harus memiliki kemauan, kerja keras, berani mengambil resiko, selalu optimis, produktif dan inovatif untuk memenuhi kebutuhan mandiri sehingga mampu membantu perekonomian keluarga dan daerah.

DAFTAR PUSTAKA

Agrita, T. W., Al-Ihsan, M. I., Wulandari, T., & Aprizan, A. (2023). Implementasi Nilai Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur Mahasiswa Pasca Covid Di Era Industri 4.0. *Jurnal Muara Pendidikan*, 8(1), 25–33. <https://doi.org/10.52060/mp.v8i1.1193>

Triyani, D., Sulistyawati, A.I., & Mulyantomo, E., 2021. Analisis Sikap, Norma Subyektif, Faktor Internal Dan Eksternal Dalam Membentuk Entrepreneurial Intentions. *Jurnal Imperium Institute*, Vol 4 (2). <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i2.480>

Hidayat, M., Thomas, P., 2017. Hubungan Kepribadian, Peran Keluarga, Dan Lingkungan Masyarakat Dengan Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Bisnis Manajemen SMK N 1 Purbalingga. *Jurnal Economic Education Analysis*, EEAJ 6(1). *Universitas Negeri Semarang*.

Oktaviani, V., Yulastri, A. 2020. Pengaruh Kepribadian Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Tata Busana Smkn 6 Padang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Manajemen dan Keuangan*. 4(1). *Universitas Negeri Padang*.

- <https://doi.org/10.26740/jpeka.v4n1.p45-54>
- Wirausaha Ekonomi Kreatif Pada Mahasiswa Unmas Denpasar. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1), 171–177. <https://journal.untar.ac.id/index.php/baktimas/article/view/1895>
- Setyaji, B. (2020). Peran Kepribadian, Kecerdasan Adversitas Dan Kreativitas Dalam Meningkatkan Minat Wirausaha Melalui Kelibatan Mahasiswa. *Universitas Negeri Semarang, Tesis*. <https://lib.unnes.ac.id/35093/>
- Wardani, N. T., & Dewi, R. M. (2021). Pengaruh Motivasi, Kreativitas, Inovasi dan Modal Usaha terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 93. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i1.5806>
- Sirait, I. dan L. N. S. (2021). *Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Penggunaan Media*. 10(3), 254–259. <https://doi.org/10.24114/niaga.v10i3.27289>
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 203. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.246>