

PENGARUH KREATIVITAS DIRI DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TARUMANAGARA

Fenny Fortuna¹, Andi Wijaya²

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta.

Email: fenny.115190118@stu.untar.ac.id

² Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta.

Email: andi.wfe@untar.ac.id

Masuk : dd-mm-yyyy, revisi: dd-mm-yyyy, diterima untuk diterbitkan : dd-mm-yyyy

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh kreativitas diri dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara. Masalah yang terjadi di negara Indonesia yaitu banyaknya pengangguran dan sebagiannya penangguran diploma, yang lebih memilih menjadi pencari kerja dibandingkan menciptakan lapangan kerja. Wirausaha penting bagi negara dalam mengatasi pengangguran di Indonesia sehingga menumbuhkan minat berwirausaha sangatlah penting. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penulis menggunakan subjek dalam penelitian ini sebanyak 60 responden yang seluruhnya adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis tahun angkatan 2019-2022. Hasil data dari penelitian ini didapatkan dari pengambilan data yang memanfaatkan kuesioner atau angket yang penulis sebarakan melalui google formulir secara online. Dalam pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel *Non-probability sampling*. Penelitian ini menerangkan bahwa: 1) Kreativitas Diri memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, 2) Media Sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara 3) Kreativitas diri berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara dengan Media Sosial sebagai variabel moderasi.

Kata Kunci: Kreativitas Diri, Media Sosial, dan Minat Berwirausaha

ABSTRACT

This study was conducted with the aim of knowing the effect of self-creativity and media social on interest on Entrepreneurship Faculty of Economics and Business students at Tarumanagara University. The problem that occurs in Indonesia is the large number of unemployed and some of them are unemployed, who prefer to be job seekers rather than create jobs. Entrepreneurship is important for the state in overcoming unemployment in Indonesia so that growing interest in entrepreneurship is very important. The method used in this research is descriptive quantitative. The author uses as many as 60 respondents as subjects in this study, all of whom are students of the economics and business faculties of the 2019-2022 class. The results of the data from this study were obtained from data collection using a questionnaire or questionnaire that the author distributed via Google forms online. In taking the sample of this study using the non-probability sampling method. This study explains that: 1) Self Creativity has significant influence on Entrepreneurial Interest in Students of the Faculty of Economics and Business, Tarumanagara University, 2) Social Media has significant influence on Entrepreneurial Interest in Students of the Faculty of Economics and Business, Tarumanagara University 3) Self Creativity has significant effect on the interest in entrepreneurship in students of the Faculty of Economics and Business, University of Tarumanagara with Social Media as a moderating variable.

Keywords: Self Creativity, Social Media, and Interest in Entrepreneurship

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Berdasarkan data tahun Juni 2022 negara Indonesia merupakan negara yang mempunyai jumlah penduduk 275,36 juta penduduk (Databoks,2022). Berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik), jumlah pengangguran pada Agustus 2019 sebesar 5,28% (BPS, 2019), bertambah menjadi 7.07% pada tahun

2020 yang diakibatkan oleh pandemi Covid-19 (BPS, 2020), pada tahun 2021 mengalami penurunan

menjadi 6.49% (BPS, 2021) dan mengalami penurunan lagi menjadi 5.83% pada tahun 2022 saat ini (BPS, 2022).

Tercatat bahwa, pada tahun 2022 Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 5,83% yang diantaranya adalah lulusan jenjang diploma dan sarjana S1 (UNAIR, 2022). Tingginya angka pengangguran akademik ini salah satunya disebabkan karena Sebagian besar lulusan perguruan tinggi lebih memilih untuk mencari pekerjaan sehingga melebihi kebutuhan dunia usaha/industri (Lokadata, 2020).

Para Wirausaha mempunyai peran penting dalam perekonomian di Indonesia yaitu dapat menciptakan lapangan kerja yang dibutuhkan oleh masyarakat dengan menciptakan bisnis baru (Kompas, 2022). Pentingnya wirausaha di Indonesia ini yaitu antara lain: Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi, Menambah Pendapatan Negara Indonesia dan Dapat menciptakan Perubahan Sosial Selain itu, seiring berkembangnya zaman atau globalisasi kewirausahaan ini semakin disorot menjadi pusat perhatian dalam menghadapi tantangan perekonomian dalam perkembangan globalisasi (Mahanni Dan Sari, 2017).

Pada tahun 2022 ini Indonesia sedang membimbing dan membangun minat kaum muda untuk berwirausaha secara besar-besaran, tentunya semua pihak bersama-sama bergandengan agar semua ini dapat berjalan lancar (Sekretariat daerah, 2022). Mengapa memfokuskan anak muda terutama yang berpendidikan karena pada generasi muda lebih memuat banyak ide kreatif sehingga dapat mengkonversikan ide ide tersebut ke dalam suatu bisnis yang menguntungkan semua pihak baik dalam mengurangi pengangguran di angkatan kerja produktif maupun dalam meningkatkan perkembangan ekonomi nasional (Kesrasetda, 2020).

Minat berwirausaha adalah keinginan seseorang terhadap ide-ide untuk tertarik bekerja keras serta bersedia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa takut akan resiko yang menadatang dengan memiliki keterampilan yang kreatif dan inovatif, kemampuan percaya diri dan merasa tertantang untuk memenuhi kebutuhannya (Fadhilah, 2016). Minat kewirausahaan memiliki arti yang berbeda dari kewirausahaan yang sebenarnya yaitu niat berwirausaha, niatnya adalah individu yang memiliki niat untuk memulai bisnis sedangkan dalam kewirausahaan sebenarnya adalah seseorang yang telah menjalankan bisnis nya (Bengston dan Edquist, 2022). Menjadi seorang wirausaha itu pastinya berawal dari sebuah minat, dengan orang tersebut mempunyai minat yang dimaksud maka keinginan untuk mencapai sesuatu sangat tinggi.

Rendahnya minat mahasiswa ini mungkin disebabkan oleh sistem kurikulum pendidikan yang diterapkan. Sistem kurikulum pendidikan yang biasanya diterapkan yaitu lebih mementingkan menjadi seorang pekerja atau karyawan di lapangan kerja pemerintah maupun swasta daripada menciptakan lapangan pekerjaan itu sendiri (Mahanani dan Sari, 2017). Ilmu kewirausahaan bukan merupakan ilmu ajaib yang dapat mendatangkan keuntungan tapi keterampilan untuk mengelola sumber daya dan informasi yang dipakai untuk berwirausaha (Kompas, 2020). Pada saat ini, banyak mahasiswa yang hanya mengutamakan nilai tinggi dalam mata kuliah kewirausahaan dibandingkan mempertajamkan keterampilan dalam membuka usaha yang dikarenakan kurangnya minat dalam diri mahasiswa untuk berwirausaha.

Salah satu faktor yang dapat meningkatkan minat berwirausaha yaitu kreativitas. Hal ini didukung oleh pendapat Mahanani dan Sari (2018) yang menyatakan bahwa minat kewirausahaan dapat didorong oleh salah satu faktor yaitu kreativitas, semakin ditingkatkan kreativitas maka semakin mendorong minat berwirausaha. Wirausaha telah lama dikaitkan dengan kreativitas maupun inovasi, dalam penelitian baru menginformasikan bahwa dalam perilaku kewirausahaan cenderung terlibat dengan individu yang kreatif (Rahmadi, Afif dan Heryanto, 2016). Kreativitas yang dirasakan diri sendiri mempunyai arti bahwa individu tersebut mampu dan terampil dalam mengembangkan ide-ide baru dan berharga. Pernyataan ini didukung oleh Schachter (2015) dan Laguia (2019) menyatakan bahwa karakteristik utama wirausaha yaitu individu yang memiliki keterampilan, kapasitas, dan kreatif yang penting dalam wirausaha.

Perkembangan teknologi merupakan peluang paling nyata saat ini untuk meningkatkan minat berwirausaha. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika menyatakan bahwa penggunaan *smartphone* di Indonesia mencapai 89% dari total penduduk Indonesia yang setara dengan 167 juta orang (GoodStats, 2022). Tercatat sebanyak 204,7 juta pengguna internet di Indonesia pada awal tahun 2022 berdasarkan laporan *We Are Social* (GoodStats, 2022). Penggunaan internet di Indonesia mengalami lonjakan yang pesat dalam lima tahun terakhir (GoodStats, 2022).

Sebagai generasi muda, media sosial merupakan peluang emas untuk memulai bisnis baru, karena tidak memerlukan modal operasional yang besar sehingga dapat menjadi solusi bagi wirausahawan dalam memecahkan masalah besar seperti risiko keuangan, sosial, dan keuntungan moneter maupun pribadi (Schmutzler 2019; Olanrewaju, 2020). Penggunaan media sosial merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha.

Kemajuan teknologi yang berkembang cukup pesat dapat memudahkan individu untuk dapat membuka usaha melalui media sosial dengan modal yang tidak terlalu besar serta memudahkan penggunaannya dalam berkomunikasi sehingga jarak bukan menjadi hambatan dalam berwirausaha. Menurut pendapat Yuliawan dan Ginting (2018) menyatakan bahwa dengan tersedianya informasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini didukung oleh Prasetio (2020), Rahayu dan Laela (2018), Sahroh (2018) yang menyatakan bahwa secara signifikan penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan fenomena yang telah dijabarkan oleh peneliti, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh kreativitas diri dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha dan juga mengkaji peran moderasi penggunaan media sosial terhadap hubungan kreativitas diri dengan minat berwirausaha. Dengan paparan diatas, maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KREATIVITAS DIRI DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA”**.

Rumusan Masalah

- Apakah terdapat pengaruh signifikan kreativitas diri terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara?
- Apakah terdapat pengaruh signifikan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara?
- Apakah terdapat pengaruh signifikan kreativitas diri terhadap minat berwirausaha dengan penggunaan media sosial sebagai variabel moderasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara?

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mempergunakan subjek sebanyak 60 responden. Hasil penelitian ini didapatkan dari pengisian kuesioner dengan *Google Form* yang disebarluaskan kepada seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara dengan kualifikasi semua konsentrasi seperti Sumber Daya Manusia, Kewirausahaan, Pemasaran dan Keuangan tahun pendidikan 2019-2022. Kuesioner ini mulai disebarluaskan pada tanggal 21 Oktober 2022 sampai dengan tanggal 02 November 2022. Dan setelah hasil pengisian kuesioner terkumpul selanjutnya data diolah menggunakan *software Smart PLS 4.0*

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Analisis Validitas

Dalam bagian analisis validitas dari penelitian ini digunakan hasil dari analisis konvergen dan diskriminan. Berikut hasil dari pengujian analisis validitas:

1. Analisis Konvergen

Pada *software smart PLS 4* nilai analisis konvergen peneliti mengambil dari nilai *outer loadings*. Dalam hasil data pada *outer loadings* nilai yang dikatakan baik dan penelitian bisa dilanjutkan adalah diantara 0,5 – 0,7. Pada hasil uji *outer loadings* yang peneliti lakukan ada beberapa nilai yang tidak memenuhi standard. Berikut hasil nilai setelah tahap penghapusan dalam *outer loadings* tersebut:

Tabel 1: Outer Loadings

	E-EI	ESC	SMU	SMU x ESC
E-EI1	0.791			
E-EI2	0.731			
E-EI3	0.835			
E-EI4	0.839			
E-EI5	0.769			
ESC1		0.751		
ESC2		0.802		
ESC3		0.711		
ESC4		0.788		
ESC6		0.766		
SMU1			0.729	
SMU2			0.705	
SMU3			0.858	
SMU5			0.821	
SMU x ESC				1000

Sumber: Hasil OlahData Penulis (*SmartPLS4*)

2. Analisis Diskriminan

Untuk analisis diskriminan, peneliti mengambil hasil dari *cross loadings*.

Tabel 2: Cross Loadings

	E-EI	ESC	SMU	SMU x ESC
E-EI1	0.791	0.657	0.590	-0.181
E-EI2	0.731	0.586	0.522	0.109
E-EI3	0.835	0.677	0.585	-0.149
E-EI4	0.839	0.664	0.491	0.043
E-EI5	0.769	0.678	0.626	-0.134
ESC1	0.608	0.751	0.52	-0.182
ESC2	0.602	0.802	0.562	-0.123
ESC3	0.550	0.711	0.491	-0.197
ESC4	0.673	0.788	0.649	-0.074
ESC6	0.697	0.766	0.410	-0.025
SMU1	0.488	0.524	0.729	-0.521
SMU2	0.444	0.415	0.705	-0.135
SMU3	0.633	0.586	0.858	-0.197
SMU5	0.624	0.602	0.821	-0.338
SMU x ESC	-0.086	-0.151	-0.377	1.000

Sumber: Hasil OlahData Penulis (SmartPLS4)

2. Analisis Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu konsistensi dari hasil data kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Berdasarkan pernyataan tersebut, penulis menggunakan nilai *construct reliability and validity* pada *software SmartPLS 4*.

Tabel 3: Uji Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
E-EI	0.853	0.855	0.895	0.631
ESC	0.822	0.826	0.875	0.584
SMU	0.786	0.807	0.861	0.610

Dengan kriteria yang diambil sebagaimana yang dinyatakan oleh Sugiyono (2019) yaitu jika koefisien *Cronbach Alpha* >0,60 maka pernyataan dinyatakan andal dan dapat dilanjutkan. Merujuk pada hasil penelitian olah data yang dilakukan oleh penulis terdapat angka 0,853 pada variabel minat berwirausaha, 0,822 pada variabel kreativitas diri, dan 0,786 pada variabel media sosial. Jadi, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan oleh penulis layak untuk dilanjutkan.

4. Hasil Uji t

Tabel 4: Hasil path coefficient

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
ESC -> E-EI	0.607	0.625	0.087	6.963	0.000
SMU -> E-EI	0.345	0.330	0.107	3.217	0.001

Sumber: Hasil olah data Penulis (SmartPLS 4)

5. Hasil Uji Moderasi

Tabel 5: Hasil path coefficient

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
SMU x ESC -> E-EI	0.172	0.159	0.080	2.163	0.031

Sumber : Hasil olah data Penulis (SmartPLS 4)

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berikut pembahasan terkait hasil olah data penelitian yang sudah dilakukan:

1. Pengaruh Kreativitas Diri Terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, maka hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kreativitas diri mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat berwirausaha. Hal ini menggambarkan bahwa semakin tinggi kreativitas yang dirasakan diri sendiri secara kritis maka akan semakin tinggi pula pengaruh minat pada mahasiswa untuk berwirausaha. Dalam hal ini, Zhu dan Zhao (2021) berpendapat bahwa, kreativitas adalah hal yang berkaitan dengan menemukan sebuah gagasan baru dan berharga, sangat terkait dengan inovasi yang pada umumnya dipelajari pada tingkat individu. Menurut Ghazali (2018) dan Laguia (2019) bahwa, dalam menumbuhkan kreativitas diri, motivasi, kepribadian, gaya kognitif, pengetahuan serta latar belakang sosial memainkan peran yang penting. Oleh karena itu, kreativitas diri yang dirasakan telah menjadi tema utama dalam studi tentang proses kewirausahaan. Dan ide-ide baru tersebut menjadi sebuah gambaran contoh sifat kreativitas yang mengarah pada usaha kewirausahaan baru (Al Halbusi dkk, 2021).

2. Penggunaan Media Sodsial terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua, maka hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan media sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat berwirausaha. Hal ini menggambarkan bahwa semakin tinggi penggunaan media sosial maka akan semakin tinggi pula pengaruh minat berwirusaha. Hal ini terjadi karena penggunaan media sosial membantu pengusaha memperoleh informasi dalam jejaring sosial dan memiliki pengaruh substansi lebih lanjut dalam memulai penciptaan bisnis *online*. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu (Listiawati, Dyah, dan Susantiningrum, 2020; Tangkeallo dan Tangdialla, 2021; Alfaruk, 2017) yang menyatakan dari hasil penelitiannya bahwa terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan media sosial dengan minat berwirusaha.

3. Pengaruh Kreativitas Diri terhadap Minat Berwirausaha dengan Penggunaan Media Sosial sebagai variabel Moderasi

Berdasarkan hipotesis ketiga, maka hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kreativitas diri terhadap minat berwirausaha dengan media sosial sebagai variabel moderasi. Hal ini mempunyai arti bahwa variabel media sosial sebagai variabel moderasi memperkuat variabel bebas yaitu kreativitas diri dalam mempengaruhi variabel terikat yaitu minat berwirusaha. Hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi variabel kreativitas diri dan minat berwirausaha, maka akan semakin tinggi pula pengaruh signifikansi

melalui variabel media sosial. Pengusaha harus menggunakan situs media sosial sebagai metode untuk prospek kewirausahaan dan membuat pilihan untuk memperkenalkan bisnis baru Ketika menemukan sebuah peluang yang relevan untuk mengelola bisnis (Nascimento dan Da Silveira, 2017). *E-commerce* adalah tren saat ini dalam membangun kewirausahaan atau merek dilingkungan bisnis online yang sudah menjadi ciri khas di kalangan anak muda (Fattah dkk, 2021). Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Halbusi, Acosta, dan Popa, 2022), dengan judul *Entrepreneurial Passion, Role Models, and Self-perceived Creativity as Antecedents of E-Entrepreneurial Intention in an Emerging Asian Economy: The Moderating Effect of Social Media* yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kreativitas diri yang dirasakan dengan minat berwirausaha menjadi lebih kuat Ketika penggunaan media sosial yang tinggi.

Ucapan Terima Kasih (Acknowledgement)

- a. Bapak Andi Wijaya S.E., M.M yang telah bersedia memberikan waktu, motivasi, tenaga, serta pengarahan yang sangat berguna dan membantu penulis dalam penulisan dalam skripsi ini.
- b. Bapak Dr. Sawidiji Widoatmodjo, S.E, MM., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah bersedia memberikan waktu dan pengarahan yang membantu dalam penulisan skripsi ini.
- c. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M., selaku Kepala Program Studi Sarjana Manajemen.
- d. Seluruh dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah memberikan ilmu dan membantu membimbing penulis selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
- e. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
- f. Kedua orang tua dan saudara saya yang telah memberikan dukungan, doa dan semangat kepada saya selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini..
- g. Kunto Pangero sebagai support system saya yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada saya.
- h. Teman-teman seperbimbingan sekaligus seperjuangan saya, yang telah mengajari, membantu dan memberikan contoh dalam penulisan skripsi ini.
- i. Teman-teman terdekat saya dari awal perkuliahan hingga sekarang, Cindy, Kirsten, Jesslyn Elvina Wijardi dan Aeron Renli yang telah membantu, mendukung dan memberikan kenangan selama perkuliahan saya.
- j. Hewan peliharaan kesayangan saya Max dan Parker yang telah menemani saya pada saat mengerjakan skripsi.
- k. Seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan semua satu per satu namanya disini, yang juga turut mendukung saya dari awal perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.

melalui variabel media sosial. Pengusaha harus menggunakan situs media soisal sebagai metode

REFERENSI

- A. W. (2020). *Jenis Kemampuan Yang Diperlukan Dalam Kewirausahaan Halaman All*. Kompas.Com: <https://www.kompas.com/skola/read/2020/08/10/154500569/jenis-kemampuan-yang-diperlukan-dalam-kewirausahaan?page=all>
- Abdelfattah, F., Halbusi, H. A., & Brwani, R. A. (2022). Influence Of Self-Perceived Creativity And Social Media Use In Predicting E-Entrepreneurial Intention. *International Journal Of Innovation Studies*, 119-127.
- Abdilah, & Hartono. (2015). *Partial Least Square Pls*. Yogyakarta: Andi.
- Abidin, I. S. (2022). *14 Persen Pengangguran Indonesia Lulusan Diploma Dan Sarjana. Mengapa?* - Universitas Airlangga Official Website. <https://www.unair.ac.id/2022/06/20/14-persen-pengangguran-indonesia-lulusan-diploma-dan-sarjana-mengapa/>
- Admin Kesrasetda. (2022.). *Pengembangan Jiwa Kewirausahaan/ Enterpreneurship Di Kalangan Generasi Muda*. <https://kesrasetda.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/pengembangan-jiwa-kewirausahaan-enterpreneurship-di-kalangan-generasi-muda-19>
- Alfaruk, M. H., & Unesa, P. (2017). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo . *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 164.
- Atmajaya, H. E., & Verawati, D. M. (2021). Meningkatkan Minat Kewirausahaan Di Era Global Melalui E-Commerce. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Unsuraya*.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Badan Pusat Statistik*. Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/11/05/1565/agustus-2019--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-28-persen.html>
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Badan Pusat Statistik*. Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/11/05/1673/agustus-2020--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-7-07-persen.html>
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Badan Pusat Statistik*. Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/11/05/1816/agustus-2021--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-6-49-persen.html>
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Badan Pusat Statistik*. Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/05/09/1915/februari-2022--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-83-persen.html>
- Badawi, A., Aditi, B., & Setiamy, A. A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, Ketersediaan Informasi, Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Feb Unhar Dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi*.

- Buntoro, K., & Assidiq, H. (2018). *Pengaruh Program Ok - Oce Terhadap Minat Warga Dki Jakarta Untuk Berwirausaha Dengan Variabel Media Massa Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Program Oke-Oce)*. Jakarta: Binus University.
- Dosen Pendidikan 3. (2022). *31 Pengertian Kewirausahaan Menurut Para Ahli Dalam Bukunya*. Retrieved September 30, 2022, From Dosenpendidikan.Com: <https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-kewirausahaan-menurut-para-ahli/>
- F, W. H. (2018). *“Pengaruh Kemandirian Dan Kreativitas Terhadap Minat Santri Untuk Berwirausaha”*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 (9th Ed)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustina, M., Sumiati, A., & Marti. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan, 1*.
- Hafiyyan. (2022, March 19). *Pengusaha Ri Baru 3,4 Persen, Butuh 14 Persen Untuk Jadi Negara Maju. Ekonomi & Bisnis*: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220319/9/1512926/pengusaha-ri-baru-34-persen-butuh-14-persen-untuk-jadi-negara-maju>
- Halbusi, H. A., Acosta, P. S., & Popa, S. (2022). Entrepreneurial Passion, Role Models And Self-Perceived Creativity As Antecedents Of E-Entrepreneurial Intention In An Emerging Asian Economy: The Moderating Effect Of Social Media. *Asia Pacific Journal Of Management*.
- Haq, A. F. (2019). *Pengaruh Motivasi Dan Kreativitas Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan P.Ips Angkatan 2015/2016 Uin Maulana Malik Ibrahim Malang*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Hu, R., Wang, L., Zhang, W., & Bin, P. (2018). Creativity, Proactive Personality, And Entrepreneurial Intention: The Role Of Entrepreneurial Alertness. *Frontiers In Psychology*, Vol 9.
- I. R. (2022). *Peran Kewirausahaan Dalam Perekonomian Indonesia Halaman All - Kompas.Com*. Kompas Money: <https://money.kompas.com/read/2022/01/02/215320826/peran-kewirausahaan-dalam-perekonomian-indonesia?page=all>
- Irwansyah, & Sirati, L. N. (2021). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Bisnis. *Niagawan Vol 10*.
- Istiqomah.(2020). Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akademi Kesejahteraan Akk Yogyakarta. *Jurnal Socia Akademika Volume 6, No. 2*.
- K. P. (2020). *Dilema Para Pengangguran Terdidik*. Retrieved September 19, 2022, From Lokadata.Id: <https://lokadata.id/artikel/dilema-para-pengangguran-terdidik>
- Kompas.Com. (2010). *Angka Pengangguran Akademik Lebih Dari Dua Juta!* Edukasi Kompas: <https://edukasi.kompas.com/read/2010/02/18/16344910/~edukasi~news>

- Kompas.Com. (2022). *Apa Itu Gatekeeper Dalam Komunikasi Massa?* Retrieved From Kompas.Com: <https://www.kompas.com/skola/read/2022/03/02/100000769/Apa-Itu-Gatekeeper-Dalam-Komunikasi-Massa>
- Kore, I. C., & Prajogo, W. (2020). Kreativitas Dan Niat Berwirausaha Ditinjau Dari Theory Of Planned Behavior. *Jbti : Jurnal Bisnis : Teori Dan Implementasi*, 118-133.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia Jilid 2*. Jakarta: Prehelindo.
- Kumalasari, D. A., E. A., & Walipah. (2017). Minat Berwirausaha : Kompetensi Kewirausahaan, Sikap Berwirausaha Dan Kreativitas. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (Jrpe)*, 2540-9247.
- Kumara, B. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Dengan Menggunakan Media Sosial . *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 52-56.
- Kusnandar, V. B. (2022, Juni). *Berapa Jumlah Angkatan Kerja Indonesia 2022?* Databoks:
- Liputan6. (2021). *Rata-Rata Rasio Wirausaha Di Negara Maju 12 Persen, Indonesia Baru 3,74 Persen*. Liputan6.Com: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4617800/rata-rata-rasio-wirausaha-di-negara-maju-12-persen-indonesia-baru-374-persen>
- Mahdiyyah, K. F., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi. *Sinomics Journal*, Vol 1 No 2.
- Mahdiyyah, K. F., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi. *Sinomics Journal*, Vol 1 No 2.
- Mesiana Listiawati, D. (2020). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Di Mahasiswa Fkip Uns. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis* 25, No. 1, 27.
- Mulyandi, M., & Puspitasari, V. A. (2018). Industri Kreatif, Media Sosial, Dan Minat Berwirausaha: Sinergi Menuju Pembangunan Berkelanjutan. *National Conference Of Creative Industri:Sustainable Tourism Industri For Economic Development*.
- N. A. (2022). *Mengulik Perkembangan Penggunaan Smartphone Di Indonesia*. Goodstats. <https://goodstats.id/article/mengulik-perkembangan-penggunaan-smartphone-di-indonesia-st2la>
- N. N. (2018). *Mencari Pekerjaan Atau Menciptakan Lapangan Pekerjaan?* Metrojambi.Com. <https://metrojambi.com/read/2018/11/12/36755/mencari-pekerjaan-atau-menciptakan-lapangan-pekerjaan>
- Natalia, C., & Rodhiah. (2019). Pengaruh Kreativitas, Edukasi Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Dalam Generasi Z. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, Volume I No. 2/2019*, 164-171.
- Novrizaldi. (2021). *Tiap Tahun Pemerintah Harus Sediakan 3,6 Juta Lapangan Kerja | Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia Dan Kebudayaan*. Kemenko Pmk. <https://www.kemendikppm.go.id/tiap-tahun-pemerintah-harus-sediakan-36-juta-lapangan-kerja>

- Nurikasari, F. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kreativitas, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang.
- Oktaviana, V. D., & Umami, N. (2018). Engaruh Efikasi Diri Dan Kreativitas Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Siswa Kelas Xi Smk Negeri 1 Pogalan Tahun Ajaran 2017/2018. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol.11, No.2*, 80-88.
- Prasetio, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Sekretari & Administrasi Serasi*, 35-46.
- Rahayu, E. (2022). *Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Rahayu1, E. P., & Sulistyowati, S. N. (2022). Pengaruh Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis*, 12-23.
- Riyanto, A. D. (2022). *Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2022 – Andi Dwi Riyanto, Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara: E-Bisnis/Digital Marketing/Promotion/Internet Marketing, Seo, Technopreneur, Fasilitator Google Gapura Digital Yogyakarta*.
- Rofiuddin, S. M. (2021). Mengukur Minat Berwirausaha Dengan Menggunakan Pendekatan Theory Of Planned Behavior Dan Religiusitas. *Journal Of Management And Digital Business*, 105-121.
- S. G. (2022, May 9). *Definisi Wirausaha Menurut Para Ahli Halaman All*.
- Sahroh, A. F. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya. *Jupe*, 208-215.
- Sari, B., & Rahayu, M. (2020). Pengaruh Lingkungan, Pendidikan Kewirausahaan Dan Penggunaan E-Commerce Pada Peningkatan Minat Berwirausaha Mahasiswa Feb Upi Yai . *Jurnal Ikra-Ith Ekonomika Vol 2 No 3*.
- Sekretariat Daerah. (2022). *Pemulihan Ekonomi Butuh Wirausaha Muda – Sekretariat Daerah*.
- Sendari, A. A. (2021). *Pengertian Kewirausahaan Menurut Ahli Dan Manfaat Mempelajarinya - Hot Liputan6.Com*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (Sutopo (Ed.); Edisi Kedua*. Alfabeta.
- Suminto, S. (N.D.). *Variabel Moderator: Pengertian – Ciri Dan Contohnya*. Haloedukasi.Com: <https://haloedukasi.com/variabel-moderator>
- Sutrisno. (2021). *Meningkatkan Minat Dan Hasil Belajar Tik Materi Topoloho Jaringan Dengan Media Pembelajaran*. Malang: Ahlimedia Press.

- Tangkeallo, D. I., & Tangdialla, R. (2021). Analisis Pendidikan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uki Toraja. (*Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*), 74-79.
- Tasidjawa, S., Amin, M., & Afifudin. (2021). Pengaruh Kreativitas Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang*, Vol 10 No 13.
- Tasidjawa, S., M. A., & Afifudin. (2021). Pengaruh Kreativitas Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang. *E-Jra*, Vol 10.
- Tysara, L. (2021, Agustus Jumat). *10 Pengertian Kreativitas Menurut Para Ahli Dan Cara Melatihnya*. Liputan 6.
- Van-Ni, & Wijaya, A. (2021). Faktor Niat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, Volume Iii No. 4/2021*, 1158-1167.
- Wardani, N. T., & Dewi, R. M. (2021). Pengaruh Motivasi, Kreativitas, Inovasi Dan Modal Usaha Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 77-93.
- Wardani, N. T., & Dewi, R. M. (2021). Pengaruh Motivasi, Kreativitas, Inovasi Dan Modal Usaha Terhadap Minat Berwirausaha . *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 77-93.
- Wilson, & Rodhiah. (2021). Pengaruh Creativity, Proactive Personality, Dan Entrepreneurial Alertness Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, Volume Iii* , 548-558.
- Wulandari, P. H. (2018). *Pengaruh Kreativitas Dan Hasil Belajar Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas Xi Tata Niaga Smk Negeri 1 Kota Jambi*. Jambi.