

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari Pengaruh Kreativitas dan penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan, kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kreativitas pada mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan sudah termasuk dalam kategori tinggi.
2. Penggunaan media sosial pada mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hampir seluruh mahasiswa menggunakan media sosial setiap hari dan utamanya digunakan untuk berkomunikasi.
3. Minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan termasuk dalam kategori sangat tinggi. Namun mahasiswa dirasa masih kurang berani dalam mengambil resiko dan masih kurang tertarik untuk menjadi pemimpin dalam suatu kerja kelompok.
4. Pengaruh kreativitas dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan memberikan hasil berpengaruh secara signifikan dengan nilai signifikan sebesar 0.000 dan memiliki pengaruh sebesar 37,9%. Sedangkan, 62,1% lainnya merupakan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Pengaruh kreativitas dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan memberikan hasil berpengaruh secara signifikan dengan nilai signifikan sebesar 0.000 dan memiliki pengaruh sebesar 47,2%. Sedangkan, 52,8% lainnya merupakan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
6. Minat berwirausaha pada mahasiswa Program Studi Sarjana Manajemen UNPAR dengan program studi lain UNPAR tidak memiliki perbedaan yang signifikan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Pihak Universitas Katolik Parahyangan dapat memberikan wadah untuk mahasiswa dalam pengembangan diri.
 - Memberikan pelatihan non-formal tentang kreativitas, *social media marketing*, *personal branding*, *digital marketing*, *content marketing*, pelatihan dasar kewirausahaan, dan lain sebagainya.
 - Mengikuti program DIKTI seperti Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) yang merupakan ajang bagi para mahasiswa untuk menunjukkan kreativitasnya dalam menyelesaikan permasalahan-permasalahan di masyarakat melalui 5 bidang, yakni Pengabdian Masyarakat, Penelitian (Eksakta maupun Sosial Humaniora), Teknologi, dan Kewirausahaan serta Kompetisi Bisnis Mahasiswa Indonesia (KBMI) yang merupakan pengajuan proposal bisnis, pemilihan proposal bisnis yang layak didanai, kemudian bisnis dijalankan dan dievaluasi.
 - Membangun *open workspace* yang dapat digunakan oleh mahasiswa untuk belajar serta berdiskusi.

2. Mengadakan kegiatan atau acara bertemakan “kewirausahaan” di lingkungan Universitas Katolik Parahyangan bagi para mahasiswa.

Mahasiswa yang tergabung dalam berbagai program studi bergabung membuat 1 kelompok kerja, mereka memberikan ide bisnis dan merealisasikan ide bisnisnya tersebut. Mahasiswa wajib melakukan penjualan dan membuat bisnis mereka dikenal oleh masyarakat luas. Penjualan dapat dilakukan dengan mengikuti berbagai pameran, *via online*, dan jika memungkinkan dapat membuka *offline store* yang dapat terus dilanjutkan meski mahasiswa telah lulus. Hal ini dapat dicontoh dari Universitas Prasetya Mulia. Mereka memfokuskan serta mengarahkan para mahasiswa untuk membangun bisnis hingga beberapa bisnis dapat dikenal oleh masyarakat luas.

3. Untuk Program Studi Sarjana Manajemen, dapat menambahkan matakuliah baru.

Matakuliah baru ini dapat diberikan di awal semester dan mengajarkan tentang bagaimana memasarkan serta menjual suatu produk lewat media sosial, bukan hanya mempelajari teori tetapi mahasiswa dituntut untuk melaksanakan praktek secara langsung. Produk yang dijual pun tidak harus produk buatan sendiri, bisa produk lain yang sudah ada. Penjualan dilakukan dengan cara dan kreativitas masing-masing mahasiswa. Kelas ini pun dapat membantu mahasiswa dalam memasarkan produknya sungguhan dalam matakuliah Praktik Bisnis nanti.

4. Mahasiswa dapat ikut serta berpartisipasi dan berperan aktif.

Mahasiswa harus sadar bahwa kegiatan yang diberikan pihak Universitas dapat berguna untuk pengembangan dirinya di masa depan. Mahasiswa juga memang harus diwajibkan mengikuti beberapa kegiatan non-akademik seperti lomba maupun pelatihan sebagai syarat lulus. Dengan ini, mahasiswa akan mengikuti kegiatan tersebut dan mendapatkan pengalaman untuk pengembangan dirinya.

5. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan faktor-faktor lain sehingga dapat diketahui faktor apa saja yang berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Antony, M. (2008). *What is Social Media?* London: iCrossing.
- BPS. (2018). *Pengangguran Berdasarkan Jenjang Pendidikan yang Ditamatkan 2018 di Indonesia*. Retrieved September 25, 2019, from <http://bps.go.id>
- Djaali. (2008). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Eko Putro Widoyoko, S. (2016). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fahmi, F. e. (2009). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat BERwirausaha Mahasiswa Dengan Teknik SEM. *Jurnal Matematika UNAND*, 5-12.
- Febriana, E. (2015). *Hubungan Lingkungan Keluarga dan Kreativitas dengan Minat Kewirausahaan Pada Siswa Kompetensi Keahlian Administrasi Perkantoran SMK Muhammadiyah 1 Prambanan*. Universitas Negeri Yogyakarta. Retrieved September 10, 2019, from http://eprints.uny.ac.id/42181/1/SKRIPSI_Elsa%20Febriana_124022450
- Ferry Marlianto, D. R. (2016). *Pengaruh Media Sosial terhadap Kreativitas dan Kepribadian Mahasiswa Pendidikan TIK IKIP PGRI Pontianak*. Retrieved Oktober 4, 2019, from <http://journal.ikipgriptk.ac.id/index.php/saintek/article/download/346/335>
- Gallagher, J. J. (1985). *Teaching The Gifted Child*. Boston: Allyn And Bacon, Inc.
- Geoffrey, G. M. (1996). *Kewirausahaan Teori Dan Praktek*. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Presindo.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamzah, & Nurdin. (2011). *Belajar dengan Pendekatan PAILKEM*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hendro. (2011). *Dasar-dasar Kewirausahaan Panduan bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Hootsuite. (2019). *Indonesian Digital Report 2019*. Retrieved October 5, 2019, from Hootsuite and We Are Social: <https://hootsuite.com/id/research/social-trends>

- Hurlock, E. B. (2003). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Irawan, G., & Amalia, S. (2015). *ALAT ANALISIS DATA - Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Jones, N., Borgman, R., & Ulusoy, E. (2015). Impact of social media on small businesses. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22, 611-632.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2005). Retrieved April 13, 2020, from <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kreativitas>
- Kaplan, R. M., & Sacuzzo, D. P. (1997). *Psychological Testing: Principles, Applications, & issues*. USA: Brooks/Cole Publishing Company.
- Kartajaya, H. (2008). *Hermawan Kartajaya On Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kartono, K. (2008). *Pemimpin dan Kepemimpinan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2006). *KEWIRAUSAHAAN*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kuswanto, dkk. (2008). *Metode dan Pembelajaran*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Machfoedz, M., & Machfoedz, M. (2004). *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Moleong, L. J. (2000). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhibin, S. (2004). *Psikologi Belajar*. Bandung: Grafindo Persada.
- Mulyandi, M. R., & Puspitasari, V. A. (2018). *INDUSTRI KREATIF, MEDIA SOSIAL, DAN MINAT BERWIRAUSAHA: SINERGI MENUJU PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN*.
- Munandar. (2003). *Kreativitas dan Keterbakatan*. Jakarta: Gramedia.
- Munandar, S. (1985). *Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah*. Jakarta: Grasindo.
- Murniati, A. N. (2004). *Getar Gender Buku Kesatu*. Magelang: Indonesiatera.

- NapoleonCat. (2019). *Social Media Reporting Tool*. Retrieved May 10, 2020, from NapoleonCat: <https://napoleoncat.com/features/report/>
- Parnes, S., & Noller, R. (1972). Applied Creativity: The Creative Studies Project, Part II – Results of the two-Year Program. *Journal of Creative Behavior*, 164-186.
- Priyatno, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Mediakom.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Rahayu, E. S. (2018). Jurnal Pengembangan Wiraswasta. *Pengaruh Minat Berwirausaha dan Penggunaan Sosial Media terhadap Kewirausahaan Mahasiswa*. Retrieved September 22, 2019, from <http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/jpw>
- Rhodes, M. (1961). An Analysis of Creativity. (Isaken, Ed.) *Frontiers of Creativity Research, Beyond The Basic*.
- Rogers, M. (2003). *Diffusion of Innovation 5th Edition*. New York: Free Press.
- Saiman, L. (2009). *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Santoso. (2013). *Modul Pembelajaran Kewirausahaan*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach (7 th edition)*. New York: John Wiley & Sons Ltd.
- Semiawan, C. R. (2001). *Pendekatan Keterampilan Proses*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugihartono, d. (2007). *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Karangmalang.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sund, R., & Carin, A. (1978). *Project, Part II – Results of the two-Year Program Techniques*. Colombus: Charless E. Merrill.

- Supplygem. (2020). *2020 Social Media Statistics for Digital Marketers*. Retrieved April 20, 2020, from Supplygem: <https://supplygem.com/social-media-statistics/>
- Surya, M. (2003). *Psikologi Konseling*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan: Pedoman praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana, Y., & Kartib Bayu. (2010). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Tampubolon. (1991). *Mengembangkan Minat Dan Kebiasaan Membaca Pada Anak*. Bandung: Angkasa.
- Utomo, P. W. (2017). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP KREATIVITAS BERWIRUSAHA SISWA KELAS XI JURUSAN PEMASARAN SMK MUHAMMADIYAH 1 WONOSOBO*. Retrieved September 10, 2019, from [http://repository.umpwr.ac.id:8080/bitstream/handle/123456789/923/132130004-Prasetyo%20Wahyu%20Utomo.pdf](http://repository umpwr.ac.id:8080/bitstream/handle/123456789/923/132130004-Prasetyo%20Wahyu%20Utomo.pdf)
- Van Dijk, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical History of Social Media*. UK: Oxford University Press.
- Wikipedia. (2019). *Pengangguran*. Retrieved July 3, 2019, from Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Pengangguran>
- Worldometers. (2020). *World Population*. Retrieved February 15, 2020, from <https://www.worldometers.info/>
- Yanto. (1996). *Peluang Kerja dan Minat Berwirausaha di Kalangan Siswa Sekolah Teknologi Menengah Negeri Pembangunan Pekalongan*. Semarang: IKIP Semarang.
- Yuwono, S. d. (2008). Pengaruh Pelatih Kewirausahaan terhadap Tumbuhnya Minat Berwirausaha. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 119-127.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. (2008). *Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.