

**PENGARUH KREATIVITAS DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen

Oleh:

Erika Desea

2016120056

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

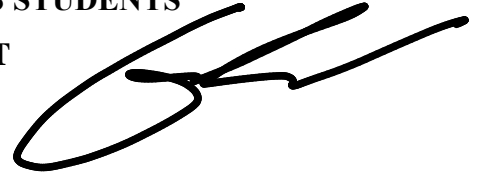
**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**

**Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018**

**BANDUNG**

**2020**

**THE INFLUENCE OF CREATIVITY AND SOCIAL MEDIA USAGE ON  
PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY'S STUDENTS  
ENTREPRENEURSHIP INTEREST**



**UNDERGRADUATE THESIS**

Submitted to complete part of the requirements for  
Bachelor's Degree in Management

By:

Erika Desea

2016120056

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**MANAGEMENT STUDY PROGRAMME**

**Accredited by BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018**

**BANDUNG**

**2020**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH KREATIVITAS DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL**  
**TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA**  
**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

Oleh:

Erika Desea

2016120056

Bandung, 16 Juli 2020

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Dr. Istiharini, CMA.

Pembimbing Skripsi,

Fernando, S.E., M.Kom.

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Erika Desea  
Tempat, Tanggal Lahir : Bandung, 8 Desember 1997  
Nomor Pokok Mahasiswa (NPM) : 2016120056  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

### JUDUL

**“Pengaruh Kreativitas dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan”**

dengan,

Pembimbing : Fernando, S.E., M.Kom.

### SAYA MENYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri.

1. Ada pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur, atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal: 21 Juni 2020

Pembuat pernyataan:



(Erika Desea)

## ABSTRAK

Menurut data Badan Pusat Statistik, tingkat pengangguran di Indonesia masih cukup tinggi. Salah satu cara mengatasi pengangguran adalah menanamkan minat berwirausaha. Kreativitas dan penggunaan media sosial merupakan dua faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha. Universitas dapat menjadi tempat bagi para mahasiswa mengembangkan kreativitas serta menambah wawasan dalam pendidikan berwirausaha.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kreativitas dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan serta mencari tahu apakah terdapat perbedaan minat berwirausaha antara mahasiswa program studi Sarjana Manajemen UNPAR dengan program studi lain UNPAR. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda untuk melihat bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan uji beda untuk menguji hipotesis dua populasi yang berbeda dengan menggunakan SPSS.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, kesimpulan yang didapat adalah kreativitas dan penggunaan media sosial memiliki pengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan. Minat berwirausaha mahasiswa program studi Sarjana Manajemen UNPAR dengan program studi lain UNPAR pun tidak memiliki perbedaan yang signifikan.

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

## **ABSTRACT**

*According to Central Bureau of Statistics, the unemployment rate in Indonesia is still quite high. One way to overcome unemployment is to instill an interest in entrepreneurship. Creativity and social media usage are two factors that can influence entrepreneurship interest. The university can be a place for students to develop creativity and add insight into entrepreneurship education.*

*This study aims to determine how the influence of creativity and social media use on the interest of student's entrepreneurship of Parahyangan Catholic University and find out whether there are differences in entrepreneurship interest between UNPAR Undergraduate Management study program students and other UNPAR study programs. The data analysis technique used are multiple linear analysis to see how the influence of independent variables on the dependent variable and different tests to test the hypotheses of two different populations using SPSS.*

*Based on research conducted, the conclusions obtained are that creativity and social media use have a partial and simultaneous significant effect on the interest of student's entrepreneurship of Parahyangan Catholic University. The interest of student's entrepreneurship of UNPAR Undergraduate Management study program students with other UNPAR study programs also has not have a significant difference.*

**Keywords** : *Creativity, Social Media Usage, Interest of Entrepreneurship, Students*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi dengan judul “Pengaruh Kreativitas dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan” disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

Selama proses penyusunan skripsi, penulis pun mendapat banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak tersebut, terutama kepada:

1. Mama, papa, koko, dan dede yang selalu menyemangati, menghibur, dan memberikan doa, motivasi, serta dukungan baik moral maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan lancar.
2. Bapak Fernando, S.E., M.Kom., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak arahan, bimbingan, semangat, dan bantuan kepada penulis.
3. Ibu Dr. Judith F. Pattiwael, Dra., MT., selaku dosen wali yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan selama penulis berada di dunia perkuliahan.
4. Ibu Dr. Budiana Gomulia selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
5. Ibu Istiharini, CMA, selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
6. Bapak Tri Basuki Joewono, Ph.D., selaku Wakil Rektor bidang Akademik dan Bapak Aris Prihadi selaku Kepala Biro Administrasi Akademik yang telah menyediakan data jumlah populasi mahasiswa aktif UNPAR Semester Genap 2019/2020 kepada penulis.
7. Seluruh dosen pengajar, staf, dan pekarya Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan, pengalaman, pembelajaran serta bantuan kepada penulis.

8. Kevin Kristopher yang selalu menemani, membantu, menyemangati, mendengarkan cerita, dan menghibur penulis dalam menjalani masa perkuliahan.
9. Acien, Ariella, Desy, Ceen, Friska, dan Vivian yang selalu membantu, menyemangati, menghibur, dan mendengarkan cerita penulis.
10. Theresia, Ayu, Mia, Cynthia Santoso, Yuli, Fien, Ichel, Naya, Micheng, Olivia, dan Veronica yang telah menjadi teman selama masa kuliah, membantu, menyemangati, dan mendengarkan cerita penulis.
11. Teman-teman Manajemen angkatan 2016 yang telah menjadi teman seperjuangan serta membantu dalam menjalani masa perkuliahan.
12. Teman-teman Program Studi lain di Universitas Katolik Parahyangan yang telah membantu penulis dalam mengisi kuesioner sehingga skripsi ini pun dapat selesai.
13. Semua pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, namun telah mendukung, memberikan doa, dan membantu penulis selama masa perkuliahan.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak. Penulis pun menyadari bahwa di dalam skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Penulis memohon maaf apabila terdapat salah kata yang kurang berkenan dan mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Bandung, Juni 2020

Penulis,

Erika Desea



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.5 Kerangka Pikiran .....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Minat Berwirausaha .....	7
2.1.1 Pengertian Minat .....	7
2.1.2 Pengertian Wirausaha .....	7
2.1.3 Pengertian Minat Berwirausaha .....	8
2.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha .....	8
2.1.5 Indikator Minat Berwirausaha.....	10
2.2 Kreativitas .....	12
2.2.1 Pengertian Kreativitas .....	12
2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kreativitas .....	13
2.2.3 Indikator Kreativitas .....	16
2.3 Penggunaan Media Sosial .....	18
2.3.1 Pengertian Media Sosial .....	18
2.3.2 Manfaat Penggunaan Media Sosial .....	18
2.3.3 Indikator Penggunaan Media Sosial .....	19
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	20

3.1	Metode Penelitian .....	20
3.2	Pengukuran Variabel.....	20
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	21
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.5	Operasionalisasi Variabel.....	23
3.6	Uji Validitas dan Realibilitas .....	25
3.7	Teknik Analisis Data .....	27
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	28
3.7.2	Uji Asumsi Klasik .....	28
3.7.2.1	Uji Normalitas.....	28
3.7.2.2	Uji Multikolinearitas .....	29
3.7.2.3	Uji Heteroskedastisitas .....	29
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	29
3.7.3.1	Uji t (Parsial).....	30
3.7.3.2	Uji F (Simultan) .....	30
3.7.3.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	31
3.7.4	Uji beda.....	31
3.8	Objek Penelitian .....	32
3.8.1	Mahasiswa Seluruh Program Studi.....	32
3.8.2	Angkatan .....	33
3.8.3	Mahasiswa Program Studi Manajemen .....	34
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....		35
4.1	Analisis Deskriptif .....	35
4.1.1	Variabel Kreativitas ( $X_1$ ) .....	35
4.1.2	Variabel Penggunaan Media Sosial ( $X_2$ ) .....	42
4.1.3	Variabel Minat Berwirausaha (Y) .....	49
4.2	Uji Asumsi Klasik.....	61
4.2.1	Uji Normalitas .....	61
4.2.2	Uji Multikolineartias.....	62
4.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	63
4.3	Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	64
4.3.1	Uji F (Simultan).....	66

4.3.1.1	Uji F (Simultan) Seluruh Program Studi .....	66
4.3.1.2	Uji F (Simultan) Program Studi Manajemen.....	66
4.3.2	Uji t (Parsial) .....	67
4.3.3	Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).....	68
4.3.3.1	Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) Seluruh Program Studi .....	68
4.3.3.2	Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) Program Studi Manajemen .....	68
4.4	Uji Beda .....	69
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....		70
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Saran .....	71
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
RIWAYAT HIDUP PENULIS		

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Alternatif Jawaban dan Bobot.....	21
Tabel 3.2 Populasi mahasiswa aktif UNPAR Semester Genap 2019/2020 .....	21
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel X .....	23
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Y .....	24
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas .....	25
Tabel 3.6 Hasil Uji Realibilitas .....	27
Tabel 3.7 Interpretasi Kategori Jawaban Responden.....	28
Tabel 3.8 Sampel mahasiswa aktif UNPAR Semester Genap 2019/2020.....	32
Tabel 3.9 Profil Angkatan Responden Seluruh Program Studi.....	33
Tabel 3.10 Profil Responden Program Studi Manajemen.....	34
Tabel 4.1 Saya senang bertanya untuk hal yang tidak saya mengerti.....	35
Tabel 4.2 Saya senang memberikan tanggapan untuk berbagai hal .....	36
Tabel 4.3 Saya berusaha menjawab pertanyaan dengan memberikan jawaban serta alasan yang jelas .....	36
Tabel 4.4 Saya senang mencari gagasan baru yang dianggap dapat mempermudah dalam menyelesaikan suatu permasalahan .....	37
Tabel 4.5 Saya senang mengemukakan ide yang berbeda dari orang lain ( <i>out of the box</i> ).....	38
Tabel 4.6 Saya senang menyelesaikan suatu hal dengan cara yang berbeda agar lebih mudah .....	38
Tabel 4.7 Saya selalu mempertimbangkan pendapat orang lain berdasarkan pemikiran saya terlebih dahulu.....	39
Tabel 4.8 Saya akan bertahan dengan pendapat yang telah saya pilih .....	40
Tabel 4.9 Rata-rata Variabel Kreativitas.....	41
Tabel 4.10 Saya mengakses media sosial setiap hari.....	42
Tabel 4.11 Saya mengakses media sosial karena sudah menjadi kebutuhan sehari-hari .....	43
Tabel 4.12 Saya mendapat berbagai informasi, peristiwa atau kondisi yang terjadi di berbagai belahan dunia lewat media sosial .....	43
Tabel 4.13 Saya mendapat banyak hiburan dari media sosial.....	44

Tabel 4.14 Saya menggunakan media sosial untuk berkomunikasi .....	45
Tabel 4.15 Saya bisa saling memberikan komentar dengan pengguna media sosial lain .....	45
Tabel 4.16 Saya dapat dengan mudah menemukan teman lama maupun teman baru lewat media sosial .....	46
Tabel 4.17 Saya dapat dengan mudah terkoneksi dengan siapa pun tanpa batasan ruang dan waktu.....	47
Tabel 4.18 Rata-rata Variabel Penggunaan Media Sosial.....	48
Tabel 4.19 Saya akan merasa lebih bangga jika memiliki usaha sendiri .....	49
Tabel 4.20 Saya merasa sangat percaya diri jika memiliki usaha sendiri .....	50
Tabel 4.21 Saya berani mengambil resiko untuk mulai berwirausaha .....	50
Tabel 4.22 Saya senang mencoba berbagai hal baru untuk mulai berwirausaha ..	51
Tabel 4.23 Saya memiliki keinginan untuk mengelola usaha sendiri.....	52
Tabel 4.24 Saya terdorong berwirausaha karena melihat orang yang telah sukses dalam berwirausaha .....	52
Tabel 4.25 Saya ingin membuat usaha yang berbeda dari orang lain.....	53
Tabel 4.26 Saya suka mengeluarkan ide-ide usaha kreatif .....	54
Tabel 4.27 Saya lebih senang menjadi atasan dibanding hanya menjadi bawahan .....	54
Tabel 4.28 Saya selalu ingin menjadi ketua dalam suatu kerja kelompok.....	55
Tabel 4.29 Saya berminat menjadi wirausaha karena ingin mengatur usaha saya sendiri.....	56
Tabel 4.30 Saya berminat menjadi wirausaha karena tidak diatur oleh orang lain	56
Tabel 4.31 Saya ingin berwirausaha untuk meraih masa depan yang lebih baik ..	57
Tabel 4.32 Saya ingin berwirausaha karena dapat mengembangkan konsep usaha sendiri yang menghasilkan keuntungan .....	58
Tabel 4.33 Rata-rata Variabel Minat Berwirausaha .....	59
Tabel 4.34 Hasil Uji Multikolinearitas .....	62
Tabel 4.35 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Seluruh Program Studi UNPAR .....	64
Tabel 4.36 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Program Studi Manajemen UNPAR .....	65

Tabel 4.37 Uji hasil F (Simultan) Seluruh Program Studi .....	66
Tabel 4.38 Uji hasil F (Simultan) Program Studi Manajemen .....	66
Tabel 4.39 Hasil Uji t (Parsial) .....	67
Tabel 4.40 Hasil Uji Koefisien Determinasi Seluruh Program Studi .....	68
Tabel 4.41 Hasil Uji Koefisien Determinasi Program Studi Manajemen .....	68
Tabel 4.42 Hasil Uji Beda .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Penelitian.....	6
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas .....	61
Gambar 4.2 <i>P-Plot</i> untuk data yang diolah dalam uji mediasi.....	61
Gambar 4.4 <i>Scatterplot</i> untuk Uji Heteroskedastisitas .....	63

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Kuesioner Seluruh Program Studi

Lampiran 3 Hasil Kuesioner Program Studi Manajemen UNPAR

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Kreativitas ( $X_1$ )

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Penggunaan Media Sosial ( $X_2$ )

Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Minat Berwirausaha (Y)



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk terbesar di dunia. Berdasarkan data dari Worldometers (2020) saat ini Indonesia memiliki jumlah penduduk sebesar 272 juta jiwa atau sebesar 3,5% dari total populasi dunia. Seiring dengan penambahan jumlah penduduk dari tahun ke tahunnya, permintaan akan lapangan kerja pun semakin meningkat. Jumlah pencari kerja yang cukup tinggi tidak sebanding dengan ketersediaan lapangan kerja berakibat pada pengangguran.

Data statistik menunjukkan bahwa tingkat pengangguran di Indonesia masih cukup tinggi, berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2019) jumlah angkatan kerja tercatat sebesar 197,92 juta orang. Sebanyak 7,05 juta orang penduduk (5,28%) masih mencari pekerjaan (pengangguran). Data Badan Pusat Statistik (2019) juga mencatat sekitar 737 ribu orang yang menganggur di Indonesia adalah lulusan sarjana. Tantangan untuk mencari kerja di kalangan lulusan perguruan tinggi semakin ketat dan jumlah peluang penawaran kesempatan kerja tidak sebanding dengan jumlah lulusan atau penawaran tenaga kerja baru di segala level Pendidikan (Saiman, 2009).

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengatasi pengangguran adalah dengan menanamkan jiwa wirausaha. Seorang wirausaha pastinya dapat mendirikan usaha sendiri bahkan membuat lapangan kerja bagi orang lain. Menurut Hendro (2011) kewirausahaan merupakan suatu kemampuan untuk mengelola sesuatu yang ada dalam diri untuk ditingkatkan agar lebih optimal sehingga bisa meningkatkan taraf hidup di masa mendatang. Dengan adanya kewirausahaan, maka dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang luas, tidak bergantung kepada orang lain dalam mendapatkan pekerjaan dan dapat membantu pemerintah dalam mengurangi pengangguran dengan cara membuka lapangan pekerjaan.

Universitas merupakan salah satu lembaga pendidikan yang memainkan peran fungsional dalam mempromosikan pendidikan kewirausahaan.

Hal ini karena dengan mengajarkan mahasiswa berwirausaha dapat mengembangkan potensi diri dan cara berpikir para mahasiswa secara maksimal serta dapat melatih kemandirian yang ada dalam diri para mahasiswa. Menurut Slameto (2010) minat adalah suatu rasa lebih suka dan ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang memerintahkan. Minat merupakan faktor pendorong yang menjadikan seseorang lebih giat bekerja dan memanfaatkan setiap peluang yang ada dengan mengoptimalkan potensi yang tersedia. Menurut Santoso (2013) minat berwirausaha merupakan keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami. Dengan adanya minat berwirausaha yang tinggi pada mahasiswa, maka diharapkan muncul calon-calon wirausahawan yang sukses dan mampu menyediakan banyak lapangan kerja sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran untuk ke depannya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat kewirausahaan mahasiswa adalah kreativitas. Menurut Hamzah & Nurdin (2011) kreativitas merupakan kemampuan berpikir kritis, mempunyai banyak ide, mampu menggabungkan sesuatu gagasan yang belum pernah tergabung sebelumnya dan kemampuan untuk menemukan ide untuk memecahkan permasalahan. Dengan adanya kreativitas, mahasiswa mampu menghasilkan ide-ide atau gagasan-gagasan baru dan memiliki berbagai macam inovasi untuk menghasilkan suatu usaha atau produk yang memiliki peluang sukses. Semakin besar kreativitas yang dimiliki mahasiswa, maka akan semakin besar pula peluang mahasiswa tersebut untuk menjadi wirausahawan yang sukses.

Faktor lain yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu penggunaan media sosial. Menurut data yang didapatkan dari *Hootsuite* (2019), dari jumlah populasi sebanyak 268,2 juta jiwa, terdapat 130 juta jiwa yang aktif dalam penggunaan media sosial. Generasi muda dalam rentang usia 18-24 tahun menjadi kelompok usia pengguna paling besar di Indonesia, dengan total persentase 37,3 persen atau sekitar 23 juta pengguna (NapoleonCat, 2019). Hal tersebut menunjukkan bahwa pada rentan usia tersebut, kebanyakan dari mereka memiliki profesi sebagai mahasiswa.

Menurut data dari Supplygem (2020), 1 dari 3 pengguna media sosial menggunakan akunnya untuk membeli suatu produk, 89% pemasar menggunakan media sosial untuk mempromosikan produknya, 80% akun mengikuti bisnis di Instagram, 62% pengguna instagram tertarik akan 1 *brand* setelah melihat Instagram *stories* pengguna akun lain, selain itu banyak perusahaan menggunakan media sosial sebagai *marketing tool*. Dilihat dari data tersebut, media sosial bukan saja digunakan untuk kegiatan bersenang-senang melainkan dapat digunakan untuk memasarkan suatu produk dan mencari berbagai informasi tentang berwirausaha.

Maka terkait dengan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan, yaitu dengan judul **“Pengaruh Kreativitas dan penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kreativitas pada mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan?
2. Bagaimana penggunaan sosial media pada mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan?
3. Bagaimana minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan?
4. Bagaimana pengaruh kreativitas dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan?
5. Bagaimana pengaruh kreativitas dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan?
6. Apakah terdapat perbedaan minat berwirausaha antara mahasiswa Program Studi Sarjana Manajemen UNPAR dengan mahasiswa program studi lain UNPAR?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui bagaimana kreativitas pada mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan.
2. Mengetahui bagaimana penggunaan media sosial pada mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan.
3. Mengetahui bagaimana minat mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan dalam berwirausaha.
4. Mengetahui bagaimana pengaruh kreativitas dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan.
5. Mengetahui bagaimana pengaruh kreativitas dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
6. Mengetahui apakah terdapat perbedaan minat berwirausaha antara mahasiswa Program Studi Sarjana Manajemen UNPAR dengan mahasiswa program studi lain UNPAR

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Penulis  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan meningkatkan wawasan khususnya mengenai kreativitas dan penggunaan sosial media dengan minat berwirausaha serta mendapat pengalaman bagi penulis dalam melakukan penelitian.
2. Bagi Universitas  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pendidikan dan proses belajar mengajar yang dilakukan oleh dosen. Serta Universitas dapat mendukung.
3. Bagi Pembaca  
Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya serta diharapkan dapat menambah wawasan pembaca.

## 1.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kajian teori yang digunakan, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan.

Kreativitas merupakan kemampuan berpikir kritis, mempunyai banyak ide, mampu menggabungkan sesuatu gagasan yang belum pernah tergabung sebelumnya dan kemampuan untuk menemukan ide untuk memecahkan permasalahan (Hamzah & Nurdin, 2011). Kreativitas sangat membantu dalam peningkatan minat berwirausaha. Orang-orang kreatif dominannya tidak akan cepat menyerah dalam melakukan sesuatu, mereka berani untuk mengambil resiko dan akan terus berinovasi dengan hal baru untuk menghasilkan suatu hal yang memiliki nilai lebih. Semakin tinggi kreativitas seseorang maka minat untuk berwirausahanya pun akan semakin kuat.

2. Pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan.

Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial (Van Dicjk, 2013). Media sosial diakui sangat membantu dalam proses bisnis. Hal tersebut dapat menjadi peluang yang bagus bagi wirausahawan untuk menggali potensi berwirausaha melalui media sosial. Media sosial dapat menunjukkan berbagai fenomena serta pengalaman banyak orang di belahan dunia lain dan membantu meningkatkan relasi dengan berbagai orang diluar sana. Media sosial juga dapat memberikan informasi/ ide tentang berwirausaha serta membantu dalam memasarkan suatu produk. Mahasiswa yang saat ini sudah sangat sadar akan pentingnya Informasi dan Teknologi (IT) dapat memanfaatkan peluang ini secara maksimal. Penggunaan dan pemanfaatan media sosial yang tepat dapat membantu meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.

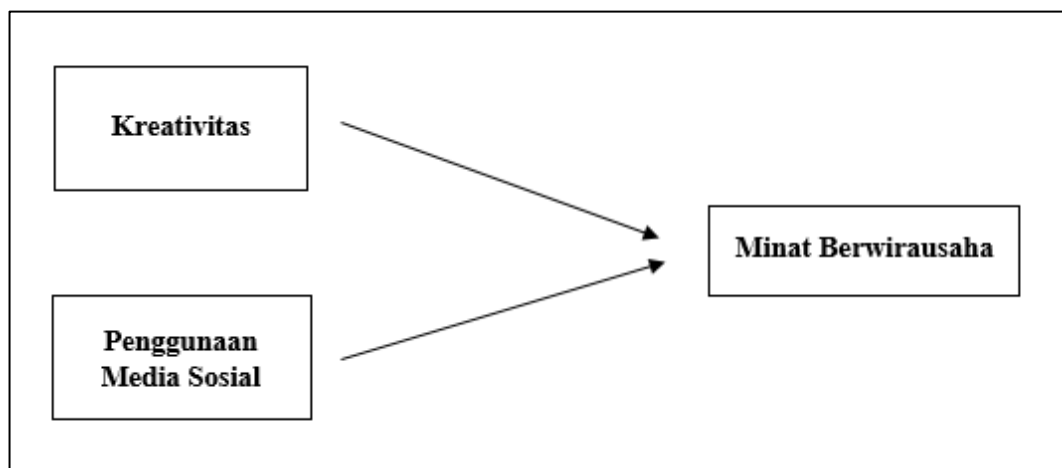
3. Pengaruh kreativitas dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan.

Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami (Santoso, 2013). Dengan adanya kreativitas yang mendukung dalam memunculkan ide-ide baru untuk suatu bisnis dan adanya media sosial yang dapat juga memberikan bantuan ide-ide serta menjalin relasi dengan banyak orang diluar sana dapat menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa. Sebaliknya jika kreativitas yang rendah serta media sosial yang masih kurang mendukung pun akan mengurangi minat berwirausaha mahasiswa.

Dengan kata lain kreativitas dan media sosial secara bersama-sama akan berhubungan dengan minat berwirausaha mahasiswa.

Berikut ini adalah gambaran ketiga alur pemikiran dalam penelitian mengenai hubungan kreativitas dan penggunaan media sosial dengan minat berwirausaha mahasiswa yang disajikan dalam bentuk skema sebagai berikut:

Gambar 1.1  
Model Penelitian



Sumber: Olahan Penulis