

STIMULASI INTENSI BERWIRUSAHA MAHASISWA JURUSAN EKONOMI DAN BISNIS di KABUPATEN PURWAKARTA

Oleh :

Hanna Chintia
Dadeng Abdul Ghani Amrullah

ABSTRACT

The phenomenon of the increasing number of unemployed people, especially educated unemployed, is the impact of the large number of workers transferred to the formal sector, which ultimately does not grow and develop. Students tend to prepare themselves to be workers and not create jobs with entrepreneurship. Various government efforts to reduce unemployment, among others, by encouraging students to foster interest in entrepreneurship early on. This research was conducted to determine what factors influence the interest in entrepreneurship. In this study three independent variables were taken, namely the use of social media, income expectations and creativity and interest in entrepreneurship as the dependent variable. Primary data collection uses probability sampling technique by distributing questionnaires to 100 respondents who are students majoring in economics and business in Purwakarta, with a quantitative research model with a verivacative descriptive method. The data analysis method used in this study is multiple linear regression with the help of IBM SPSS 22 software. Based on the result of research and testing has been done show that partially use of social media, income expectations and creativity has a positive and significant effect on the interest in entrepreneurship. And the overall dependent variable has a simultaneous effect on the interest in entrepreneurship with the value of F count 75.565 with a significance level of 0,000 <0,05. And the value of R Square shows a result of 0.703 which means that all the dependent variables simultaneously have an effect of 70.3%%

Keywords: *Entrepreneurial Interest, Use of Social Media, Income Expectations and Creativity.*

PENDAHULUAN

Pendidikan wirausaha pada Perguruan Tinggi merupakan alternative untuk mengurangi tingkat pengangguran, pilihan karir, pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan daya saing nasional, (Indarti, dkk, 2019; Herman, 2017; Mustafa, 2017; Nabi, dkk; 2016). Penting kemudian untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan para mahasiswa perguruan tinggi dengan meningkatkan jiwa kewirausahaan diharapkan mahasiswa. Lulusan perguruan tinggi yang menjadi wirausaha dapat menciptakan pekerjaan atau berwirausaha setelah lulus dari perguruan tinggi karena bidang wirausaha mempunyai kebebasan untuk berkarya dan mandiri. Seseorang dengan kesiapan dan kompetensi berwirausaha, berarti mampu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dan tidak perlu, mengandalkan orang lain maupun pengusaha lain untuk mendapatkan pekerjaan.

Fenomena yang terjadi saat ini minat mahasiswa untuk berwirausaha sangat rendah terlihat dari jumlah mahasiswa jurusan ekonomi dan bisnis di Kabupaten Purwakarta untuk berwirausaha masih sedikit dari 3.359 orang mahasiswa, hanya 85 orang yang aktif sebagai wirausaha. Sehingga perlu usaha optimal untuk mengembangkan kesadaran dan motif kewirausahaan pada kalangan mahasiswa. Upaya ini merupakan kebutuhan mendasar untuk mencapai peningkatan kualitas sumber daya manusia agar nantinya terlahir sebagai insan terdidik juga berkarakter mandiri, ulet, bekerja keras, pantang menyerah, bertanggung jawab, berani menanggung risiko, bermotif ekonomi, menghargai waktu dan memanfaatkan setiap kesempatan, produktif, kreatif dan inovatif. Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Berdasarkan hasil penelitian awal yang dilakukan oleh peneliti kepada 30 responden menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa berwirausaha yaitu penggunaan media sosial dengan jumlah 33%, ekspektasi pendapatan 27%, pendidikan kewirausahaan 3%, kreativitas 20% dan motivasi 17%. Maka dalam penelitian ini peneliti mengangkat beberapa faktor yang dianggap menentukan yaitu penggunaan media sosial, ekspektasi pendapatan dan kreativitas.

Penggunaan media sosial dikalangan mahasiswa merupakan suatu fenomena tersendiri di era digital ini. Kehadiran internet dan media sosial telah memberikan perubahan secara revolusioner terhadap cara hidup dan aktivitas manusia sehari-hari. Mahasiswa sebagai intelek muda yang sebagian besar sudah melek Informasi dan Teknologi (IT), seharusnya dapat memanfaatkan peluang ini sebagai peluang untuk berwirausaha dengan melakukan kegiatan bisnis secara online.

Fenomena yang terjadi saat ini khususnya pada mahasiswa, penggunaan media sosial yang hanya dimanfaatkan sebagai trend dan gaya masa kini bahkan kecanduan yang sampai mengakibatkan kemalasan. Peluang ini seharusnya muncul dari dalam diri mahasiswa, yakni peluang akan perkembangan teknologi internet

dan ilmu yang telah di perolehnya kedalam pengaplikasian kegiatan kewirausahaan dengan memanfaatkan penggunaan media sosial secara maksimal, yaitu melakukan kegiatan yang lebih produktif mengubah pola pikir secara kreatif dengan berwirausaha dan menghasilkan suatu pendapatan.

Ekspektasi pendapatan dari berwirausaha itu tidak menentu dan memiliki resiko ketidakpastian akan pendapatan yang di peroleh dari kegiatan usahanya, lain halnya dengan memiliki pendapatan tetap seperti bekerja dengan memiliki gaji yang tetap tanpa adanya resiko kerugian yang akan di tanggung dikemudian hari. Tetapi pendapatan dalam berwirausaha tinggi rendahnya pendapatan yang kita terima tergantung pada besar tidaknya usaha dan tingkat kreativitas yang kita lakukan dalam menjalankan kegiatan tersebut.

Saat ini tingkat kreativitas mahasiswa dalam melihat dan memanfaatkan peluang bisnis sangat rendah terlihat dari rendahnya jumlah mahasiswa berwirausaha. Rendahnya Pemanfaatan peluang-peluang bisnis pada pemanfaatan Penggunaan media sosial yang seharusnya dapat di jadikan sebagai kegiatan yang lebih produktif sebagai tren bisnis baru, dengan memafaatkan segala kemampuan dan potensi serta sumber daya yang ada sebagai kegiatan bisnis masih minim di lakukan. Oleh karena itu khususnya mahasiswa yang memiliki bekal ilmu yang diperolehnya. di harapkan mahasiswa mampu memanfaatkan peluang ini secara kreatif untuk dapat menghasilkan suatu nilai ekonomis bagi dirinya sendiri maupun orang lain.

Berdasarkan pemaparan masalah di atas, Motivasi di dalam penelitian ini menunjukan bahwa minat mahasiswa berwirausaha masih rendah fenomena faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam berwirausaha sangat menarik untuk di teliti lebih lanjut kebenarannya serta di nilai sangat berkontribusi terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha.

Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis Kewirausahaan

Menurut Amrulloh (2019) merujuk pada Cantillon dan JB Say (abad 19 masehi) menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan kegiatan melakukan hal-hal baru atau melakukan hal hal yang sudah dilakukan dengan cara baru, termasuk penciptaan produk baru, dengan kualitas baru, metode produksi pasar, sumber pasokan dan organisasi. Schumpeter mengaitkan wirausaha dengan konsep yang diterapkan dalam konteks bisnis dan mencoba menghubungkan dengan kombinasi berbagai sumber daya.

Menurut Thomas W.Zimerer dan Norman M scarbrough (2005) dalam Irham (2016) wirausahawan adalah orang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang di perlukan untuk mendirikannya.

Sifat,sikap dan perilaku

Peter F. Druker dalam Amrulloh (2012) mengartikan kewirausahaan dari sisi sifat, watak, dan ciri-ciri yang melekat pada diri seseorang. Menurut Rusdiana (2018) merujuk pada B.N.Marbun (1999) mencirikan sifat yang perlu dimiliki seorang wirausaha yaitu Percaya diri, Berorientasi tugas dan hasil, Pengambilan resiko, Kepemimpinan, Keorisimilan,Berorientasi masa depan dan Kreativitas

Menurut Putra et. Al (2015) dalam singgih (2016) Sikap adalah kepercayaan positif atau negatif untuk menampilkan suatu perilaku tertentu. Seorang individu akan berniat untuk menampilkan suatu perilaku tertentu ketika ia menilainya secara positif. Sikap demikian ditentukan oleh kepercayaan - kepercayaan seseorang mengenai konsekuensi dari menampilkan suatu perilaku yang dipertimbangkan berdasarkan hasil evaluasi terhadap konsekuensinya yang mungkin dia hadapi.

Menurut Bird (1996) dalam Ulya (2016) Perilaku kewirausahaan adalah tindakan mencari peluang, meningkatkan nilai di dalam bisnis, dan kesediaan menerima risiko. Niat berwirausaha dibentuk oleh individu itu sendiri dan lingkungannya, Kewirausahaan terjadi karena proses interaktif antara individu dengan lingkungannya yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusannya dalam melakukan usaha melalui tindakan yang mengarah pada konsep-konsep kewirausahaan yaitu tindakan yang menunjukkan kreativitas, inovasi dan berani beresiko.

Penggunaan Media Sosial

Antony Mayfield (2008) dalam Eswanto (2018) "Media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas".

Berdasarkan definisi diatas, dimensi media sosial adalah sebagai berikut:

1. Partisipasi, Media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik (feedback) dari setiap orang yang tertarik
2. Keterbukaan, Hampir semua pelayan sosial media terbuka untuk umpan balik (feed back) dan partisipasi. Mendorong untuk melakukan pemilihan, berkomentar, dan berbagi informasi
3. Percakapan, Komunikasi yang terjalin antara dua arah, dan dapat didistribusikan ke khalayak tentunya melalui sosial media tersebut

4. Komunikasi, Sosial media memberi peluang komunitas terbentuk dengan cepat dan berkomunikasi secara efektif. Komunitas saling berbagi minat yang sama, misalnya fotografi, isu-isu politik atau program televisi dan radio favorit;
5. Saling Terhubung, Hampir semua sosial media berhasil pada saling keterhubung, membuat link pada situs-situs, sumber sumber lain dan orang-orang
6. Keterampilan dalam menggunakan media sosial

Ekspektasi Pendapatan

Ekspektasi Pendapatan menurut Adhitama (2014) dalam Muslihudin dan Anita (2017) merupakan harapan untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi, semakin tinggi harapan untuk mendapatkan pendapatan yang lebih tinggi dengan berwirausaha, maka hal tersebut akan mendorong seseorang untuk berwirausaha keinginan untuk memperoleh pendapatan itulah yang dapat menimbulkan minatnya untuk berwirausaha.

Pendapat lain di sampaikan oleh Zimmerer, Scarborough dan Wilson (2008) dalam Ridho (2018) Menjadi wirausaha akan memperoleh keuntungan yang menakjubkan. Berwirausaha dapat memperoleh penghasilan yang tinggi dan tidak terbatas sesuai harapannya guna memenuhi segala keinginannya.

Indikator Ekspektasi Pendapatan menurut Zimmerer, Scarborough, dan Wilson (2008) dalam Ridho (2018) adalah:

1. Pendapatan yang tinggi
Berminat berwirausaha karena menginginkan pendapatan yang tinggi.
2. Pendapatan yang tak terbatas Berminat berwirausaha karena menginginkan pendapatan yang tak terbatas

Kreativitas

Menurut Rusdiana (2018) kreativitas adalah menghadirkan gagasan baru. Kreativitas merupakan proses yang dapat dikembangkan dan di tingkatkan. Kreativitas merupakan sumber yang penting dari kekuatan persaingan karena adanya perubahan lingkungan. De Bono (1970) dalam Rusdiana (2018) berpendapat bahwa pola pemikiran yang kreatif merupakan motivator yang sangat besar, karena membuat orang sangat tertarik akan pekerjaannya. Pemikiran kreatif juga memberikan kemungkinan bagi setiap orang untuk mencapai suatu tujuan.

Orang yang kreatif dalam berpikir berbeda dengan orang yang tidak kreatif. Rhodes dalam Lena (2017) menyebutkan 4 Dimensi kreativitas sebagai “ Four P’s Creativity” atau empat P, yaitu :

1. Person, merupakan keunikan individu dalam pikiran dan ungkapannya
2. Process, yaitu kelancaran, fleksibilitas dan orisinalitas dalam berpikir
3. Press, merupakan situasi kehidupan dan lingkungan sosial yang memberi kemudahan dan dorongan untuk menampilkan tindakan
4. Product, diartikan sebagai kemampuan dalam menghasilkan karya yang baru dan orisinal dan bermakna bagi individu dan lingkungannya.

Menurut Wibowo (2011) dalam Vera (2018) menegaskan bahwa kesuksesan seorang wirausaha tidak dapat dipisahkan dari kreativitas Sehingga dapat disimpulkan bahwa kreativitas memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha, apabila tingkat kreativitas tinggi maka minat berwirausaha juga akan semakin tinggi, sebab sesuai dengan teori bahwa kewirausahaan sangat erat hubungannya dengan kreativitas, dimana wirausaha selalu dituntut untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan ide yang berguna untuk tetap bertahan dalam persaingan, dan menghasilkan sesuatu yang baru itulah yang disebut sebagai kreativitas.

Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha adalah rasa ketertarikan untuk menjadi seorang wirausaha yang bersedia untuk bekerja keras dan tekun untuk mencapai kemajuan usahanya. Minat berwirausaha tidak dibawa sejak lahir tapi tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi. Faktor yang mempengaruhi tumbuhnya keputusan untuk berwirausaha merupakan hasil interaksi dari beberapa faktor yaitu karakter kepribadian seseorang dan lingkungannya. Bygrave dalam Marwan (2017).

Menurut Mutmainah (2014) dalam Iman (2018) Minat berwirausaha merupakan dorongan dan keinginan untuk berusaha atau menjalankan suatu bisnis. Minat berwirausaha muncul karena didahului oleh suatu pengetahuan dan informasi mengenai wirausaha yang didapatkan dari lingkungan, kemudian dilanjutkan pada suatu kegiatan partisipasi untuk memperoleh pengalaman, dimana akhirnya muncul keinginan untuk melakukan kegiatan tersebut.

Banyak faktor atau indikator yang mempengaruhi sehingga muncul minat dalam diri seseorang untuk berwirausaha. Dimensi dan indikator untuk mengukur minat wirausaha menurut Bhandari dalam Rahman (2018) adalah sebagai berikut :

1. Keinginan menjadi bos, indikatornya Keinginan mempunyai usaha sendiri, Keinginan bebas mengelola usaha sendiri, Ingin bisa mengembangkan usaha sendiri.

2. Tantangan pribadi, diukur dengan indikator Senang dengan hal-hal yang bersifat kreatif, Keinginan membuat sesuatu yang berbeda dari yang lain Mampu melakukan apa yang orang lain bisa lakukan
3. Fleksibilitas, memiliki beberapa indikator yaitu: Senang dengan pekerjaan yang waktunya tidak mengikat,
4. Keuntungan, indikatornya adalah: Keinginan bebas menjalankan keuangan usaha sendiri, Keinginan merasakan kekayaan atas usaha sendiri.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka hipotesis penelitian ini adalah : Diduga ada pengaruh penggunaan media sosial, ekspektasi pendapatan dan kreatifitas terhadap minat wirausaha mahasiswa, baik parsial maupun simultan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif, penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian, data diperoleh dari populasi mahasiswa yang telah melakukan aktifitas wirausaha sebanyak 85 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Ada dua buah pengujian dalam penelitian ini. Yang pertama uji instrument atau data, melalui uji validitas, reliabilitas, linieritas, dan koefisien korelasi, kedua uji hipotesis melalui uji t dan uji F.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Hasil Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	73	27		3	5
Media Sosial	2	8	8	43	3
Ekspektasi Pendapatan	0	0	2	00	0
Kreativitas	6	1	6	24	0

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Berdasarkan tabel 1 maka dapat dibuat model persamaan analisis regresi sebagai berikut :

$$Y = 2,073 + 0,122 MS + 0,460 EP + 0,636 KV + \epsilon$$

Berdasarkan model persamaan regresi linear berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta (β_0) memiliki nilai 2,073. Secara matematis nilai ini berarti jika tidak ada variabel penggunaan media sosial, ekspektasi pendapatan dan kreativitas, maka nilai dari minat berwirausaha mahasiswa jurusan ekonomi dan bisnis di Purwakarta sebesar 2,073. Secara sederhana bahwa meskipun seorang wirausaha beranggapan bahwa tidak ada penggunaan media sosial, ekspektasi pendapatan dan kreativitas tetapi mereka masih dapat memiliki minat berwirausaha namun hasilnya tidak maksimal atau tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan.
2. Koefisien regresi variabel penggunaan media sosial (β_1) adalah sebesar 0,122 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai dari penggunaan media sosial mengalami kenaikan 1 poin, maka nilai dari minat berwirausaha akan mengalami kenaikan 0,122. Begitu pula sebaliknya jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai dari penggunaan media sosial mengalami penurunan sebesar 0,122 poin, dalam hal ini pengaruh dari variabel penggunaan media sosial adalah berbanding lurus dengan minat berwirausaha, artinya semakin meningkat penggunaan media sosial, maka nilai dari minat berwirausaha akan semakin meningkat. Begitu pula sebaliknya.
3. Koefisien regresi variabel ekspektasi pendapatan (β_2) adalah sebesar 0,460 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai dari ekspektasi pendapatan mengalami kenaikan 1 poin, maka nilai dari minat berwirausaha akan mengalami kenaikan 0,460. Begitu pula sebaliknya jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai dari ekspektasi pendapatan mengalami penurunan sebesar 0,460 poin, dalam hal ini pengaruh dari variabel ekspektasi pendapatan adalah berbanding lurus dengan minat

berwirausaha, artinya semakin meningkat ekspektasi pendapatan, maka nilai dari minat berwirausaha akan semakin meningkat. Begitu pula sebaliknya.

4. Koefisien regresi variabel Kreativitas (β_3) adalah sebesar 0,636 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai dari kreativitas mengalami kenaikan 1 poin, maka nilai dari minat berwirausaha akan mengalami kenaikan 0,636. Begitu pula sebaliknya jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai dari kreativitas mengalami penurunan sebesar 0,636 poin, dalam hal ini pengaruh dari variabel kreativitas adalah berbanding lurus dengan minat berwirausaha, artinya semakin meningkat kreativitas, maka nilai dari minat berwirausaha akan semakin meningkat. Begitu pula sebaliknya.

Hasil Pengujian Hipotesis (H_1)

Berdasarkan pada penentuan hipotesis awal dengan ketentuan jika.

$H_0 : \beta_1 = 0$ maka variabel X tidak berpengaruh terhadap Variabel Y

$H_1 : \beta_1 \neq 0$ maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi untuk variabel penggunaan media sosial (X_1) terhadap minat berwirausaha (Y) menunjukkan nilai signifikansi $0,013 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,543 > t$ tabel 1,660, serta β_1 0,122 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_1 diterima. Artinya ada pengaruh secara parsial antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha.

Hasil Pengujian Hipotesis (H_2)

Berdasarkan pada penentuan hipotesis awal dengan ketentuan jika.

$H_0 : \beta_1 = 0$ maka variabel X tidak berpengaruh terhadap Variabel Y

$H_1 : \beta_1 \neq 0$ maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi untuk variabel ekspektasi pendapatan (X_2) terhadap minat berwirausaha (Y) menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,600 > t$ tabel 1,660, serta β_1 0,460, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_1 diterima. Artinya ada pengaruh secara parsial antara ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha.

Hasil Pengujian Hipotesis (H_3)

Berdasarkan pada penentuan hipotesis awal dengan ketentuan jika.

$H_0 : \beta_1 = 0$ maka variabel X tidak berpengaruh terhadap Variabel Y

$H_1 : \beta_1 \neq 0$ maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi untuk variabel kreativitas (X_3) terhadap minat berwirausaha (Y) menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $8,924 > t$ tabel 1,660, serta β_1 0,636 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_1 diterima. Artinya ada pengaruh secara parsial antara kreativitas terhadap minat berwirausaha

Hasil Uji F

Berdasarkan penentuan hipotesis di awal dengan ketentuan jika $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$ maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Jika $H_1 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$ maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel penggunaan media sosial, ekspektasi pendapatan dan kreativitas terhadap minat berwirausaha sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $75,565 > F$ tabel 3,94. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya secara bersama-sama (simultan) penggunaan media sosial (X_1), ekspektasi pendapatan (X_2) dan kreativitas (X_3) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (Y).

Tabel 2
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.73 ^a	.53	.51	15

a. Predictors: (Constant), Kreativitas, Ekspektasi Pendapatan , Media Sosial

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Berdasarkan dari hasil tabel diatas, diperoleh hasil koefisien determinasi atau nilai R square adalah 0,703. Artinya menunjukkan bahwa pengaruh variabel penggunaan media sosial, ekspektasi pendapatan dan

keaktivitas terhadap minat berwirausaha secara simultan adalah 70,3% dan sisanya sebesar 29,7% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dengan bersandar pada masalah yang telah dirumuskan pada bab pendahuluan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial penggunaan media sosial secara nyata memberikan kontribusi terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa perguruan tinggi jurusan ekonomi dan bisnis di Purwakarta. Sehingga dapat disimpulkan jika penggunaan media sosial dimanfaatkan dengan baik dan produktif dalam memanfaatkan sebagai peluang bisnis maka akan mendorong minat untuk berwirausaha
2. Secara parsial ekspektasi pendapatan secara nyata memberikan kontribusi terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa perguruan tinggi jurusan ekonomi dan bisnis di Purwakarta. Sehingga dapat disimpulkan jika seseorang memiliki keinginan untuk mendapatkan pendapatan yang tinggi dan tidak terbatas dengan berwirausaha. Keinginan untuk memperoleh pendapatan itulah yang menimbulkan minatnya untuk berwirausaha.
3. Secara parsial kreativitas secara nyata memberikan kontribusi terhadap minat berwirausaha mahasiswa perguruan tinggi jurusan ekonomi dan bisnis di Purwakarta. Sehingga dapat disimpulkan dengan memiliki kreativitas yang tinggi dan mampu berfikir secara kreatif dengan berbagai ide baru dan segar maka akan mendorong minat untuk berwirausaha.
4. Secara simultan ada pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan media sosial, ekspektasi pendapatan dan kreativitas terhadap minat berwirausaha sehingga dapat
5. disimpulkan ketiga variabel ini memiliki kontribusi terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa perguruan tinggi jurusan ekonomi dan bisnis di Purwakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Amrulloh, D. A. G. (2012). Karakteristik Usaha dan Jiwa Wirausaha Terhadap Kinerja Usaha pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) Keramik Plered Purwakarta. *Eqien: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 41-56.
- Amrulloh, D. A. G. (2019). Kajian Filosofis Karakteristik Wirausaha Urang Sunda. *Eqien: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 119-130.
- Alma, B. (2011). Kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum., Alfabeta Bandung.
- Ani, Mulyati, 2014, Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI. Jakarta Bujur, A., & Avasilcai, S. (2016). The creative entrepreneur: A framework of analysis. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 221, 21-28.
- Efendi, M., & Yudhati, M. (2017). PENGARUH EKSPETKASI LABA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA (Studi Pada Mahasiswa Angkatan 2013 STIE MBI Jakarta). *JURNAL ADMINISTRASI DAN KEBIJAKAN PUBLIK*, 7(2), 42-64.
- Fahmi, I. (2016). Kewirausahaan: Teori, Kasus dan Solusi. *Alfabeta Bandung*
- Herman, E., & Stefanescu, D. (2017). Can higher education stimulate entrepreneurial intentions among engineering and business students?. *Educational Studies*, 43(3), 312-327.
- Indarti, N., Rostiani, R., & Nastiti, T. (2016). Underlying factors of entrepreneurial intentions among Asian students. *The South East Asian Journal of Management*, 143-160.
- Ilmaniati, A., & Musihudin, M. (2017). Pengaruh Efikasi Diri dan Ekspektasi Pendapatan, Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK (SMK Al-Madina). *Jurnal Media Teknik dan Sistem Industri*, 1, 41-49.
- Mustafa, M. J., Hernandez, E., Mahon, C., & Chee, L. K. (2016). Entrepreneurial intentions of university students in an emerging economy. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*.
- Mulyandi, M. R., & Puspitasari, V. A. (2018, September). INDUSTRI KREATIF, MEDIA SOSIAL, DAN MINAT BERWIRAUSAHA: SINERGI MENUJU PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN. In *National Conference of Creative Industry*.
- Nabi, G., Walmsley, A., Liñán, F., Akhtar, I., & Neame, C. (2018). Does entrepreneurship education in the first year of higher education develop entrepreneurial intentions? The role of learning and inspiration. *Studies in Higher Education*, 43(3), 452-467.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.
- Nusannas, I. S. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Wirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Perguruan Tinggi Ekonomi di Purwakarta). *Eqien: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 90-99.
- Nurjaman, J. (2018). PENGARUH KREATIVITAS TERHADAP DAYA SAING USAHA. *AdBispreneur*, 2(3), 255-262.

- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 203-216.
- Rusdiana, A. (2018). Kewirausahaan: Teori dan Praktek. CV Pustaka Setia Bandung.
- Ridho oktaviana, 2018, Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Wirausaha Mahasiswa administrasi bisnis, *Jurnal administrasi Bisnis*, ISSN 2355-508, Vol.6 No.4, Universitas Mulawarman Samarinda.
- Santosa, I. (2014). Masalah Dan Tantangan Pengembangan Kewirausahaan Pada Kalangan Mahasiswa Di Indonesia. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 3(03), 203-207.
- Santoso, S., & Oetomo, B. S. D. (2017). Pengaruh Karakteristik Psikologis, Sikap Berwirausaha, dan Norma Subyektif terhadap Niat Berwirausaha. *Jurnal Manajemen*, 20(3), 330-344.
- Sugiarto, M. (2014). *Hubungan antara kreativitas berwirausaha Dengan minat berwirausaha perbengkelan otomotif Pada mahasiswa paket keahlian otomotif* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Tisa, A., & Anggadwita, G. (2018). Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha Pada Women Entrepreneur Pemilik Usaha Fashion Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 5(2).
- Oktaviana, V. D., & Umami, N. (2018). Pengaruh efikasi diri dan kreativitas terhadap intensi berwirausaha pada siswa kelas xi smk negeri pogalan tahun ajaran 2017/2018. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 80-88.
- Wamba, S. F., & Carter, L. (2016). Social media tools adoption and use by SMEs: An empirical study. In *Social media and Networking: Concepts, methodologies, tools, and applications* (pp. 791-806). IGI Global.
- Zainura , Ulya, 2016, Pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Tani Kopi Arabica Gayo. Tesis, Institut Pertanian Bogor.