

MENUMBUHKEMBANGKAN MINAT WIRAUSAHA GENERASI MUDA DI SUKABUMI KOTA MELALUI KREATIFITAS DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

Wawan Ruswandi¹; Fithri Suciati²

Universitas Linggabuana PGRI Sukabumi^{1,2}

Email : wawan.mini75@gmail.com¹; suciatifithri46@gmail.com²

ABSTRAK

Potensi industri kreatif dapat berkembang oleh generasi muda yang mempunyai minat atau wirausaha yang kreatif dan didukung oleh penggunaan media sosial yang bijak. Sehingga apabila banyak generasi muda yang ingin mengembangkan dirinya menjadi wirausaha yang produktif maka perekonomian suatu daerah akan berkembang. Tidak dipungkiri lagi bahwa generasi muda yang kreatif akan menciptakan suatu ide atau gagasan yang dapat menciptakan sesuatu yang memiliki nilai lebih khususnya mengembangkan industry kreatif yang lebih potensial. Tujuan research ini untuk menelusuri bagaimana imbas dari kreatifitas anak muda dan penggunaan media sosial dalam menumbuhkembangkan minat wira usaha generasi muda di Sukabumi Kota.

Untuk mendeteksi imbas antara beberapa variabel yang diteliti maka metode yang digunakan yaitu melalui pendekatan analisis asosiatif, di mana populasinya generasi muda yang ada di Sukabumi Kota dengan rentang umur ditentukan mulai 17 tahun sampai 36 tahun. Karena populasinya tidak diketahui maka jumlah sampel diambil dengan rumus Cochran yaitu sebanyak 96 orang. Adapun Teknik penarikan sampel menggunakan Teknik sampling aksidental dan kuesiomer yang diberikan pada generasi muda menjadi sumber data primer yang diukur dengan Skala Likert, kemudian instrument penelitian dilakukan uji kualitas data dan uji prasyarat dan untuk mendeteksi imbas kreatifitas dan penggunaan media sosial terhadap minat wirausaha generasi muda di Sukabumi Kota menggunakan analisis multivariate regression dengan bantuan aplikasi S.P.S.S 26. Adapun hasilnya bahwa baik secara parsial maupun simultan kreatifitas dan penggunaan media sosial memiliki imbas dalam menumbuhkembangkan minat wirausaha generasi muda di Sukabumi Kota.

Kata Kunci : Kreatifitas; Penggunaan MediaSosial; Minat Wirausaha

ABSTRACT

The potential of creative industry can be developed by the younger generation who have creative interests or entrepreneurs and are supported by the wise use of social media. So that if many young people want to develop themselves into productive entrepreneurs, a region's economy will grow. It is undeniable that the creative young generation will create an idea or ideas that can create something that has more value, especially in developing a more potential creative industry. The purpose of this research is to find out how the effect of increasing creativity and the use of social media in developing the entrepreneurial interest of the younger generation in Sukabumi City. To detect the impact between several variables studied, the method used is an associative analysis approach. The population is the younger generation in Sukabumi City with an age range determined from 17 to 36 years. Because the population is unknown, the number of samples taken using the Cochran formula is 96 people. The sampling technique used an accidental sampling technique and a questionnaire given to

the younger generation as the primary data source measured by a Likert Scale, then the research instrument was tested for data quality and prerequisite tests to detect the impact of creativity and the use of social media on the entrepreneurial interest of the younger generation in Indonesia. Sukabumi Kota uses multivariate regression analysis with the help of the S.P.S.S 26 application. The results show that both partially and simultaneously creativity and the use of social media have an impact on fostering entrepreneurial interest in the younger generation in Sukabumi City.

Keywords : Creativity; Use of Social Media; Entrepreneurial Interest

PENDAHULUAN

Sebuah negara akan maju, ketika warganya memiliki tingkat ekonomi yang mapan dan lapangan kerja tersedia bagi masyarakat yang terdidik sesuai kompetisinya. Namun kenyataannya lapangan kerja sangat sulit, yang berdampak pada orang terdidik banyak menganggur maka situasi ini dirasakan pentingnya dunia wirausaha. Terlebih pada masa pandemic covid-19 perekonomian kita semakin menurun, namun pada situasi ini yang dapat bertahan dan mampu mengatasi perekonomian kita adalah di bidang wirausaha ekonomi kreatif dan UMKM.

Perkembangan ekonomi kreatif saat ini sangat berkembang karena adanya peran dari generasi muda yang memiliki kreatifitas. Dimana Generasi muda merupakan sumber daya yang memiliki nilai positif dengan ide kreatifnya dalam membuka lapang usaha (wirausaha) yang secara langsung dapat membantu pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran. Banyaknya anak muda yang terjun di dunia wirausaha, maka banyak pula produktifitas yang dihasilkan, sehingga dapat berpengaruh pada perekonomian nasional yang semakin berkembang.

Generasi muda secara ideal harus memiliki jiwa petualang, berfikir futuristic, banyak ide, menyukai tantangan dan melakukan hal-hal yang positif dalam berpikir, bersikap dan bertindak untuk kemajuan ekonomi khususnya dalam menumbuhkembangkan wirausaha bukan sebagai konsumtif saja melainkan harus produktif sebagai pengembang ekonomi kreatif yang potensial.

Pada masa pandemic covid-19 minat wirausaha kreatif generasi muda di Sukabumi Kota terus berkembang, di mana pelaku ekonomi secara kreatif yang ada di Sukabumi Kota yang sudah divalidasi sebanyak 310, yang saat ini masih terkendala oleh masalah dalam memproduksi, pendistribusian, belum ada peng-HKI-an dan finansial(pemodalan). Stratetgi yang ditempuh untuk industry lebih kreatif yaitu dengan melaksanakan maping (pemetaan). Adapun sejumlah 29.67% adalah pelaku terbanyak

dalam bidang kuliner, 16.1% dalam bidang musik, 12.9% dalam bidang fotografi, 6.77% dalam fashion dan 2.83% dalam kriya. Dalam hal ini pelaku ekonomi kreatif di Sukabumi Kota terpecah ke tujuh kecamatan dan terbanyak berada di Kecamatan Cikole =53.04% dan selebihnya di daerah lain.(Ovie/Novianti, 2021)

Berdasarkan data tersebut minat wirausaha kreatif generasi muda di Kota Sukabumi terukur masih rendah karena idealnya tersebar secara merata di setiap kecamatan. Terlebih pemerintah kota Sukabumi terus merespon dan mendukung wirausaha kreatif bersamaan dengan infrastruktur yang dibangun secara cepat yang memasuki wilayah Sukabumi. Potensi perkembangan wilayah itu, seharusnya mendorong lahirnya ekonomi dari lingkungan anak muda yang kreatif. Pemkot Sukabumi bakal memberikan kontribusi dalam pengembangan usaha ekonomi yang dimotori generasi muda, dengan memberikan akses kemudahan dalam membuka peluang usaha yang selaras dengan bidang keahlian anak muda.

Minat wirausaha kreatif tidak tumbuh dengan sendirinya banyak faktor yang mempengaruhinya, salah satunya generasi muda dituntut harus memiliki kreatifitas dan penggunaan media sosial yang bijak. Salah satu bentuk kreatifitas bisa mewujudkan lapangan kerja melalui wirausaha. Dimana dengan wirausaha yang digerakkan generasi muda mampu berinovatif dalam memanfaatkan peluang untuk menjadi sukses. Selain kreatifitas generasi muda juga harus mampu mengelola penggunaan media sosial, di mana media sosial bukan sarana ajang pameran sosialita melainkan harus menjadi sarana yang menghasilkan sesuatu yang memiliki nilai lebih. Sehingga dengan kreatifitas yang tinggi dan penggunaan media sosial yang bijak oleh generasi muda maka minat wirausaha generasi muda itu akan meningkat sesuai harapan.

Tujuan research ini yakni untuk menjajaki kreatifitas dan penggunaan media sosial berimbang dalam meningkatkan minat wirausaha pada generasi muda yang ada di Sukabumi Kota sebagai pengembang industri kreatif yang potensial.

Urgensi dari penelitian ini agar generasi muda Sukabumi Kota banyak yang berminat menjadi wirausaha kreatif yang dapat membuka lapangan kerja untuk masyarakat sekitar.

TINJAUAN PUSTAKA

Minat Wirausaha

Minat wirausaha adalah keinginan untuk memberanikan diri bekerja keras dalam menciptakan usaha baru untuk memenuhi kebutuhannya tanpa ada rasa takut resiko dengan mengelola waktu, keterampilan dan mengoptimalkan seluruh potensi yang ada pada diri sendiri. (Widnyana et al., 2019) (Rahayu & Laela, 2018) (Mulyandi & Puspitasari, 2018) dan (Sumerta et al., 2020).

Indikator Minat Wirausaha dalam penelitian ini (Setyaji, 2020): 1) Memiliki kemauan, 2) Sanggup bekerja secara bersusah payah, 3) bisa mengambil resiko; 4) Optimis 5) Produktif dan inovatif 6) Memiliki energi dan kapasitas dalam menutup kebutuhan.

Kreatifitas

Kreatifitas merupakan kemampuan dalam mengoptimalkan gagasan dan mendeteksi metode mutakhir dalam menyelesaikan kesulitan dan memanfaatkan kesempatan yang ada sehingga ide tersebut menjadi kenyataan.(Setyaji, 2020)(Eka Ananta et al., 2014) (Cendyta, 2019) (Fajar et al., 2020; Wardani & Dewi, 2021)

Indikator Kreativitas dalam penelitian ini (Wardani & Dewi, 2021): 1) Penguasaan dalam menciptakan sebuah perubahan, 2) Peka terhadap segala hal, 3) mempunyai gagasan yang terbaru, 4) percaya diri, dan 5) Mampu menjalin bekerjasama.

Penggunaan Media Sosial

Hermawanher Kartajaya (2008) dalam (Kumara, 2020) bahwa media sosial adalah sinkronisasi teknologi dan sosiologi yang merubah orasi (one to money) menjadi percakapan (any to many) dan informasi yang bersifat humanis yang merubah orang-orang menjadi penerbit konten yang asalnya dari pembaca konten.

Media sosial merupakan fasilitas orang-orang dalam berkomunikasi dalam berbagi dan bertukar informasi, menjembati satu sama lain dalam dunia maya dan dunia nyata yang memiliki persamaan hobi, satu almamater sekolah ditempat yang sama, dengan waktu yang tidak ada batasnya.(Sirait, 2021) (Mulyandi & Puspitasari, 2018)

Menurut Puntoadi dalam Viny Putri Fauzi (2016) dalam (Rahayu & Laela, 2018) manfaat penggunaan media sosial sebagai berikut :

- 1) Superioritas mewujudkan image pribadi melalui media sosial adalah trik menjadi terkenal karena media sosial ini menjadi sarana orang untuk berkomunikasi,

berdiskusi dengan audiens dan dapat mengepresikan diri secara bebas melalui media sosial.

- 2) Media sosial menyajikan kesempatan secara individu untuk lebih dekat dengan konsumen secara intens dalam berinteraksi. Sehingga melalui media sosial dengan leluasa menawarkan bentuk komunikasi secara pribadi dan dapat membangun hubungan yang lebih dalam.

Indikator Media sosial dalam penelitian ini (Sumerta et al., 2020):

- 1)Partisipasi, Media sosial mendorong setiap orang yang tertarik untuk berperan aktif dan berkontribusi
- 2)Keterbukaan, pelayanan melalui media sosial secara transparan mendorong untuk melakukan menentukan, memilih, berkomentar dan sharing berbagai informasi
- 3)Dialog, Melalui media sosial dapat membangun komunikasi yang baik secara dua arah dan dapat disebar ke khalayak umum.
- 4)Komunikasi, melauai media sosial menyajikan komunikasi secara efektif bagi komunitas yang terbentuk secara cepat. Di mana komunitas saling sharing informasi berdasar kesamaan minat seperti isu terkini, politik, gossip, program televisi dan lain-lain
- 5)Saling Terhubung, Media sosial sukses dalam menghubungkan satu sama lainnya, membuat program pada situs-situs, individu-individu dan sumber-sumber lainnya
- 6)Ketangkasan anak muda secara bijak dalam penggunaan media sosial.

Berdasarkan latar belakang dan literatur pustaka yang ada maka gambar konsep penelitian bisa didapat pada gambar 1.

Hipotesis :

H1 : Kreatifitas berimbas terhadap minat wirausaha

H2 : Penggunaan media sosial berimbas terhadap minat wirausaha

H3 : Kreatifitas dan penggunaan media sosial berimbas terhadap minat wirausaha

METODE PENELITIAN

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada (Zulkarnaen, W., et al., 2020:229). Pendekatan kuantitatif dngan metode analisis asosiatif yang dipakai dalam research ini, dimana dengan metode ini memiliki tujuan

untuk bagaimana mendeteksi imbas antara beberapa variabel yaitu kreatifitas anak muda dan penggunaan media sosial di Sukabumi Kota memberikan imbas terhadap meningkatnya minat wirausaha bagi generasi muda khususnya yang ada di kota Sukabumi sehingga dapat dibuat simpulan yang memberikan penjelasan gambaran tentang objek yang diteliti. Populasinya ialah generasi muda yang ada di Sukabumi Kota dengan rentang umur dari mulai 17 tahun sampai 36 tahun, karena populasinya tidak diketahui, maka sampel diambil dengan menggunakan rumus Cochran dengan batas toleransi error 10% maka jumlah sampelnya sebesar:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Ket:

n = Sampel

z = Kurve Normal Simpangan Baku 10% (1,96)

p = 0,5

q = 0,5

e = 0,1 sampling error

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Jadi sampelnya sebanyak 96 orang responden.

Adapun penarikan sampel memakai teknik *Sampling aksidental* dan Sumber data primer dari generasi muda yang dikumpulkan melalui kuesioner, Skala pengukuran yang dipakai yakni skala likert untuk mengukur indikator variabel. Pemeriksaan instrument dilakukan dengan melakukan validitas dan reliabilitas pada data yang terkumpul, dilanjutkan dengan uji prasyarat sedangkan untuk mendeteksi imbas kreatifitas generasi muda dan penggunaan media sosial terhadap minat wirausaha generasi muda di kota Sukabumi menggunakan analisis multivariate regression.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden Penelitian

Responden dalam research ini generasi muda yang beralamat di Wilayah Sukabumi Kota dengan berpendidikan terakhir SMP = 11 orang/11%, SMA = 35

orang/36%, D3 = 21 orang/22% dan berpendidikan sarjana = 29 orang/30%. Selanjutnya dilihat dari usia generasi muda kisaran 17-22 tahun = 21 orang/22%, kisaran 23-29 tahun = 30 orang/31% dan usia kisaran 30-36 tahun = 45 orang/47%. Kemudian generasi muda dilihat dari jenis kelamin Wanita = 39 orang/41% dan laki-laki = 57 orang /59%.

Hasil Uji Kualitas Data

Berdasarkan tabel 1,2 dan 3 bahwa seluruh item variabel baik kreatifitas, media sosial dan minat wira usaha disimpulkan hasilnya valid karena Rhitungnya > RKritis=0.300. dan dilihat pada tabel 4 hasil uji reliabilitasnya semua variabel baik kreatifitas, media sosial dan minat wira disimpulkan reliabel karena alphanya lebih besar dari 0.60, sehingga data ini memenuhi kriteria dan dapat dilanjutkan ke fase pengujian uji prasyarat.

Hasil Uji Prasyarat

Berdasarkan tabel 5, didapat nilai signifikansi = 0.151 > 0.05; oleh karena itu data ini berdistribusi normal. Sedangkan dari hasil linearitasnya dapat dilihat pada tabel: 6, dimana nilai linearitasnya baik kreatifitas dan media sosial =0.000<0.05 maka dinyatakan memiliki hubungan yang linear pada minat wira usaha. dan buat hasil heteroskedastisitasnya dapat dilihat pada tabel:7, dimana untuk nilai sig kreatifitas=0.329 dan nilai sig media sosial = 0.551 lebih besar dari 0.05 maka data ini tidak terjadi heteroskedastisitas pada minat wira usaha. Kemudian bagi hasil multikolinearitas yang terdapat pada tabel:8, dimana nilai Tolerance Kreatifitas dan media sosial masing-masing nilainya 0.725 > 0.1 sedangkan bilai V_I_P Kreatifitas dan media sosial masing-masing nilainya 1.379 < 10; maka data ini tidak terjadi multikolinearitas. Oleh karena itu data dalam research ini semuanya memenuhi kriteria sebagai uji orasyarat dan bisaa dilanjuta ke tahap uji analisis data dan hipotesis.

Hasil Analisis Data

Pada tabel 9, didapati persamaan regresibergandanya:

$$\text{MUW} = 6.591 + 0.275(\text{Krea}) + 0.534(\text{MS})$$

Berikut penjabarannya:

1. Nilai Konstanta = 6.591, berarti jika kreatifitas anak muda dan penggunaan media sosial nilainya nol maka tingkat minat wirausaha anak muda akan tetap = 6.591.

2. Nilai koefisien regresi dari kreatifitas anak muda nilainya = 0.275. berarti jika tingkat kreatifitas anak muda naik 1 poin maka minat wirausaha anak muda akan naik juga = 0.275.

3. Nilai koefisien regresi dari penggunaan media social nilainya = 0.534. berarti jika tingkat penggunaan media sosial naik 1 poin maka minat wirausaha anak muda akan naik juga =0.534.

Selanjutnya hasil KD didapati pada tabel 10, dimana nilai adjusted_R_Square=0.580 / (58%) maka dapat dikatakan bahwa kreatifitas anak muda dan penggunaan media sosial memiliki imbas yang sangat luar biasa pada minat wirausaha anak muda sebesar 58% dan selebihnya sebesar 42% bukan variabel yang tidak diteliti.

Hasil Uji Hipotesis

Pada tabel 11, hasil uji thitung (parsial) dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hipotesis ke-1 diterima sebab kreatifitas anak muda berimbas secara luar biasa pada minat wirausaha anak muda, hal ini ditunjukkan dengan hasil thitung (3.542) > ttabel (1.986) disertai nilai sign-nya $0.001 < 0.05$.

2. Hipotesis ke-2 diterima sebab penggunaan media sosial berimbas secara luar biasa pada minat wirausaha anak muda, hal ini ditunjukkan dengan hasil thitung (7.497) > ttabel (1.986) disertai nilai sign-nya $0.000 < 0.05$.

Selanjutnya pada tabel 12, hasil uji Fhitung hipotesis secara parsial didapat dimana hipotesis yang ke-3 ini diterima sebab kreatifitas anak muda dan penggunaan media sosial secara parsial berimbas pada minat wirausaha anak muda, hal ini ditunjukkan dengan hasil fhitungnya =66.599 > Ftabel = 3.09 dengan nilai sign-nya $0.000 < 0.05$.

Temuan research ini selaras dengan temuan (Kumara, 2020) dan (Sumerta et al., 2020) dimana penggunaan media sosial berpengaruh pada minat wirausaha. Secara parsial temuan penelitian ini sejalan dengan temuan (Haq, 2019), (Setyaji, 2020) dan (Fajar et al., 2020) dimana kreatifitas memiliki pengaruh pada minat wirausaha.

KESIMPULAN

Kreatifitas anak muda dan penggunaan media sosial baik secara mandiri maupun bersamaan berimbas secara luar biasa pada minat wirausaha anak muda di Sukabumi Kota. Sehingga dengan adanya kreatifitas anak muda dan penggunaan media sosial

secara bijak ini harus dipelihara oleh semua pihak agar terus memberikan kultur yang positif dalam minat wira usaha yaitu dimana anak muda di Sukabumi Kota itu harus memiliki kemauan, bekerja keras, berani mengambil resiko, selalu Optimis, Produktif dan inovatif dan selalu memiliki energi dan kapasitas untuk memenuhi kebutuhan secara mandiri sehingga dengan sendirinya mampu membantu perekonomian di daerah mampu berkembang.

UCAPAN TERIMA KASIH

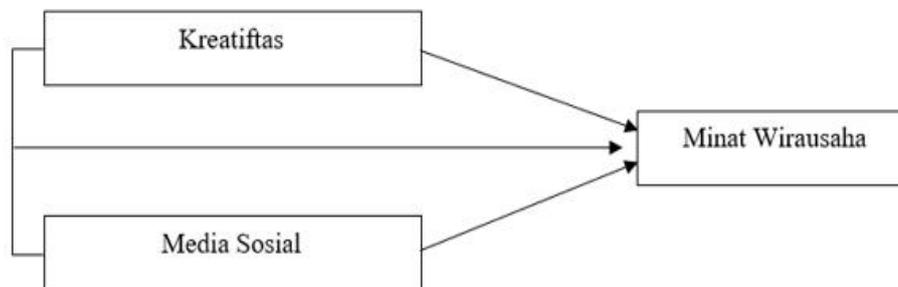
Peneliti mengungkapkan rasa terima kasih yang sebanyak-banyak pada mahasiswa STIE PGRI Sukabumi yang membantu dalam menyebarkan dan mengumpulkan kuesioner dan terima kasih pada bagian Pusat Penelitian dan Pemberdayaan Masyarakat (P3M) STIE PGRI Sukabumi yang memberikan bantuan dan sarannya dalam pembuatan penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Cendyta, G. P. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Eka Ananta, R., Djalali, A., & Farid, M. (2014). Minat Wirausaha, Konsep Diri Dan Kreativitas. *Jurnal Psikologi Tabularasa*, 9(1), 48–57.
- Fajar, A., Syam, A., RAHMATULLAH, R., Rakib, M., & Tahir, T. (2020). Pengaruh Pengetahuan dan Kreativitas Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. *Indonesian Journal of Social and Educational Studies*, 1(2), 34–43.
- Haq, A. F. (2019). Pengaruh Motivasi dan Kreativitas Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan P.IPS Angkatan 2015/2016 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Kumara, B. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Dengan Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 52–56.
- Mulyandi, M. R., & Puspitasari, V. A. (2018). Industri Kreatif, Media Sosial, Dan Minat Berwirausaha: Sinergi Menuju Pembangunan Berkelanjutan. *National Conference of Creative Industry, September*, 5–6. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1192>
- Ovie / Novianti, D. (2021). Wali Kota Sukabumi Presentasikan Potensi Ekraf ke Menparekraf Sandiaga Uno. <https://Kdp.Sukabumikota.Go.Id/2021/11/Wali-Kota-Sukabumi-Presentasikan.Html>.
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 203. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.246>
- Setyaji, B. (2020). Peran Kepribadian, Kecerdasan Adversitas Dan Kreativitas Dalam Meningkatkan Minat Wirausaha Melalui Kelibatan Mahasiswa *Universitas Negeri Semarang, Tesis*. <https://lib.unnes.ac.id/35093/>
- Sirait, I. dan L. N. S. (2021). *PENGARUH JIWA KEWIRAUSAHAAN DAN PENGGUNAAN MEDIA*. 10(3), 254–259.

- Sumerta, I. K., Redianingsih, N. K., Pranawa, I. M. B., & Indahyani, D. N. T. (2020). Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7, 627. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i07.p03>
- Wardani, N. T., & Dewi, R. M. (2021). Pengaruh Motivasi, Kreativitas, Inovasi dan Modal Usaha terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 93. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i1.5806>
- Widnyana, I. W., Widyawati, S. R., & Warmana, G. O. (2019). Pengaruh Pemberian Mata Kuliah Kewirausahaan Dan Pelatihan Wirausaha Terhadap Minat Wirausaha Ekonomi Kreatif Pada Mahasiswa Unmas Denpasar. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1), 171–177. <https://journal.untar.ac.id/index.php/baktimas/article/view/1895>
- Zulkarnaen, W., Fitriani, I., & Yuningsih, N. (2020). Pengembangan Supply Chain Management Dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu Yang Lebih Tepat Jenis, Tepat Jumlah Dan Tepat Waktu Berbasis Human Resources Competency Development Di KPU Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 222-243. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss2.pp222-243>.

GAMBAR DAN TABEL



Gambar 1: Konseptual Penelitian

TABEL

Tabel 1: Hasil Uji Validitas Kreatifitas

Item	R-hitung	R-kritis
Krea1	0.707	0.300
Krea2	0.657	0.300
Krea3	0.727	0.300
Krea4	0.702	0.300
Krea5	0.762	0.300

Sumber: Ouput-SPSS26

Tabel 2: Hasil Uji Validitas Media Sosial

Item	R-hitung	R-kritis
MS1	0.674	0.300
MS2	0.664	0.300

MS3	0.600	0.300
MS4	0.667	0.300
MS5	0.598	0.300
MS6	0.641	0.300

Sumber: Ouput-SPSS26

Tabel 3: Hasil Uji Validitas Minat Wira Usaha

Item	R-hitung	R-kritis
MWU1	0.657	0.300
MWU2	0.631	0.300
MWU3	0.651	0.300
MWU4	0.609	0.300
MWU5	0.583	0.300
MWU6	0.519	0.300

Sumber: Ouput-SPSS26

Tabel 4: Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha Cronbachs
Kreatifitas	0.755
Media Sosial	0.706
Minat Wira Usaha	0.660

Sumber: Ouput-SPSS26

Tabel 5: Hasil Uji Normalitas

	Untandardized Rsidual	
N	96	
Normal Paramters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.Deviation	1.35135815
Most Extreme Differences	Absolut	.080
	Positif	.047
	Negatif	-.080
Test Statistik	.080	
Asymp.Sig(2tailed)	.151 ^c	

Sumber: Ouput-SPSS26

Tabel 6: Hasil Uji Linieritas

Variabel	Nilai Linearity
Kreatifitas pada Minat Wira Usaha	0.000
Media Sosial pada Minat Wira Usaha	0.000

Sumber: Ouput-SPSS26

Tabel 7: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	t	Sig.
1 (Constant)	1.271	.207
Kreatifitas	-.981	.329
Media Sosial	.598	.551

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Ouput-SPSS26

Tabel 8: Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Colinearity Statistics	
		Tolerance	V.I.F
1	Kreatifitas	.725	1.379
	Media Sosial	.725	1.379

a. Dependent Variable: Minat Wira Usaha

Sumber : Ouput-SPSS26

Tabel 9: Hasil Uji Analisa Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	6.591	1.793
	Kreatifitas	.275	.078
	Media Sosial	.534	.071

a. Dependent Variable: Minat Wira Usaha

Sumber : Ouput-SPSS26

Tabel 10: Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	RSquare	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimant
1	.767 ^a	.589	.580	1.36581

Sumber : Ouput-SPSS26

Tabel 11: Hasil Uji t Hitung (Parsial)

Model	t	Sig.
1 (Constant)	3.677	.000
Kreatifitas	3.542	.001
Media Sosial	74.97	.000

Sumber : Ouput-SPSS26

Tabel 12: Hasil Uji F Hitung (Simultan)

Model	F	Sig.
1 Regression	65.599	.000 ^b
Residual		
Total		

Sumber : Ouput-SPSS26