



## **Pengaruh Kreativitas, Kecerdasan Adversitas, dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa**

**Dwi Fadhilah Pri Anjarwati<sup>1</sup>, Putri Ulfa Kamalia<sup>2✉</sup>**

Universitas Negeri Surabaya, Indonesia<sup>1,2</sup>

e-mail : [dwifadhilah.20007@mhs.unesa.ac.id](mailto:dwifadhilah.20007@mhs.unesa.ac.id)<sup>1</sup>, [putrikamalia@unesa.ac.id](mailto:putrikamalia@unesa.ac.id)<sup>2</sup>

### **Abstrak**

Ketidakeimbangan antara kuantitas pencari kerja dengan lapangan pekerjaan yang tersedia masih menjadi suatu fenomena yang cukup krusial bagi tamatan perguruan tinggi. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan upaya untuk mendorong minat berwirausaha sejak bangku perkuliahan. Penelitian ini dilakukan di program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya dengan tujuan menganalisis pengaruh kreativitas, kecerdasan adversitas, dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dengan teknik sampling jenuh terdapat sebanyak 80 mahasiswa sebagai sampel. Metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal digunakan dalam penelitian ini. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dilakukan analisis regresi linear berganda dengan *software* IBM SPSS Statistics versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. 2) Kecerdasan adversitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. 3) Penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. 4) Kreativitas, kecerdasan adversitas, dan penggunaan media sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Berdasarkan temuan penelitian, maka dapat diketahui bahwa minat berwirausaha mahasiswa dapat dipengaruhi oleh kreativitas, kecerdasan adversitas, dan penggunaan media sosial.

**Kata Kunci:** Kecerdasan Adversitas, Kreativitas, Minat Berwirausaha, Penggunaan Media Sosial

### **Abstract**

*The imbalance between the number of job seekers and available jobs is still a crucial phenomenon for university graduates. To overcome these problems, efforts are needed to encourage entrepreneurial interest since college. This research was conducted in the Economic Education study program at the State University of Surabaya to analyze the effect of creativity, adversity intelligence, and the use of social media on students' entrepreneurial interests. With the total sampling technique, there are 80 students as samples. Quantitative methods with a causal associative approach were used in this study. Data were collected through distributing questionnaires and multiple linear regression analysis with IBM SPSS Statistics software version 25. The results showed that 1) Creativity has a positive and significant effect on students' entrepreneurial interests. 2) Adversity intelligence has a positive and significant effect on students' entrepreneurial interests. 3) The use of social media has a positive and significant effect on students' entrepreneurial interests. 4) Creativity, adversity intelligence, and the use of social media simultaneously have a positive and significant effect on students' entrepreneurial interests. Based on the findings of the study, it can be seen that students' entrepreneurial interests can be influenced by creativity, adversity intelligence, and the use of social media.*

**Keywords:** Adversity Intelligence, Creativity, Entrepreneurial Interest, Use of Social Media

Copyright (c) 2024 Dwi Fadhilah Pri Anjarwati, Putri Ulfa Kamalia

✉ Corresponding author :

Email : [putrikamalia@unesa.ac.id](mailto:putrikamalia@unesa.ac.id)

DOI : <https://doi.org/10.31004/edukatif.v6i4.7209>

ISSN 2656-8063 (Media Cetak)

ISSN 2656-8071 (Media Online)

## PENDAHULUAN

Pengangguran masih menjadi suatu permasalahan umum yang kerap dialami oleh negara-negara yang berkembang tidak terkecuali Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS, 2023) mencatatkan fakta terdapat penurunan sebanyak 0,54 persen dari tingkat pengangguran terbuka pada Agustus 2023 dibandingkan pada Agustus 2022. Jika dilihat lebih detail berdasarkan tingkat pendidikan, jumlah pengangguran dari tamatan pendidikan rendah dan menengah mengalami penurunan, sedangkan jumlah pengangguran dari tamatan pendidikan tinggi justru mengalami peningkatan di mana untuk tamatan sarjana peningkatannya sebesar 0,38 persen poin. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa pendidikan tinggi saja tidak menjamin seseorang dapat langsung memperoleh pekerjaan. Hal ini sejalan dengan fakta yang ditemukan (Suyanto & Ariadi, 2013) bahwa sering kali sebagian besar para pengangguran di isi oleh orang-orang dengan pendidikan tinggi.

Salah satu alternatif untuk menghadapi pengangguran di kalangan lulusan pendidikan tinggi adalah menjadi seorang wirausaha dimana peningkatan jumlah wirausaha dinilai mampu mempercepat pertumbuhan lapangan pekerjaan baru. Dalam hal ini tentunya diperlukan minat sebagai wujud ketertarikan individu untuk menjadi seorang wirausaha. (Hidayat et al., 2021) menyebutkan jika minat dalam berwirausaha akan mendorong individu untuk aktif menggali dan memanfaatkan kesempatan dengan pengoptimalan potensi yang tersedia. Semakin tinggi minat maka individu akan semakin mudah dalam mencapai apa yang dikehendakinya.

Memunculkan minat berwirausaha pada diri mahasiswa pada dasarnya bukanlah hal yang mudah. Mayoritas mahasiswa berorientasi dapat langsung bekerja di suatu perusahaan setelah mereka lulus, sedangkan di sisi lain banyaknya mahasiswa yang baru saja menyelesaikan pendidikan ini tak sebanding dengan penambahan kuantitas lapangan pekerjaan. Kondisi yang demikian tentu dikhawatirkan dapat memicu terciptanya pengangguran, sehingga perlu segera diatasi melalui penumbuhan minat berwirausaha. Sejalan dengan hal tersebut (Privana & Kamalia, 2022) menyatakan perlunya penumbuhan minat untuk berwirausaha sejak masa perkuliahan agar mahasiswa tidak memiliki mindset pencari kerja akan tetapi pencipta lapangan kerja (*job creator*).

*Theory of planned behavior* (Ajzen, 1991) telah banyak dibuktikan keandalannya untuk memahami minat berwirausaha. Dalam teori ini terdapat tiga komponen yang mendorong perilaku individu yakni sikap (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavior control*). Adapun berbagai faktor yang hendaknya diperhatikan dalam kaitannya dengan minat berwirausaha, salah satunya ialah kreativitas. Menurut (Suryana & Bayu, 2010) wirausaha merupakan seseorang yang mempunyai kreativitas dalam menginisiasi sebuah bisnis baru dimana menantang risiko serta ketidakpastian untuk menghasilkan keuntungan dan tumbuhnya bisnis atas dasar pengidentifikasian peluang dan mendayagunakan berbagai sumber serta mengalokasikan modal untuk peluang tersebut.

Kreativitas menjadi hal yang penting terutama bagi calon wirausaha baru agar usaha yang akan dirintis memiliki daya saing dengan usaha-usaha yang sudah ada. Individu yang kreatif membentuk start-up yang inovatif dan mempengaruhi jenis dan tingkat kebaruan ide yang mereka luncurkan (Nguyen et al., 2021). Kreatif bukan berarti sepenuhnya baru, namun memiliki pembeda dari produk ataupun usaha yang telah ada. Individu yang memiliki kreativitas tinggi tentu memiliki minat berwirausaha yang lebih kuat, dikarenakan orang yang kreatif akan lebih tanggap dalam mengambil peluang-peluang usaha yang ada.

Seorang wirausaha juga harus memiliki ketangguhan dan keberanian mengingat tantangan yang ada semakin kompleks. Oleh karena itu diperlukan kemampuan individu untuk bertahan menghadapi dan mengatasi situasi sulit yang umumnya menjadi risiko berwirausaha. Kemampuan tersebut dikenal dengan kecerdasan adversitas atau dalam istilah lain disebut *adversity quotient*. Sejalan dengan pendapat (Putra & Sakti, 2023) yang menyatakan apabila *adversity intelligence* yang individu miliki kurang menyebabkannya tidak mampu mengatasi tantangan, merasa ragu serta takut kegagalan sehingga minat untuk berwirausaha menjadi rendah.

Selain itu dalam kaitannya dengan minat berwirausaha, penggunaan media sosial yang tepat juga dapat memperkuat minat berwirausaha tersebut. Saat ini media sosial telah berkembang pesat terutama dalam

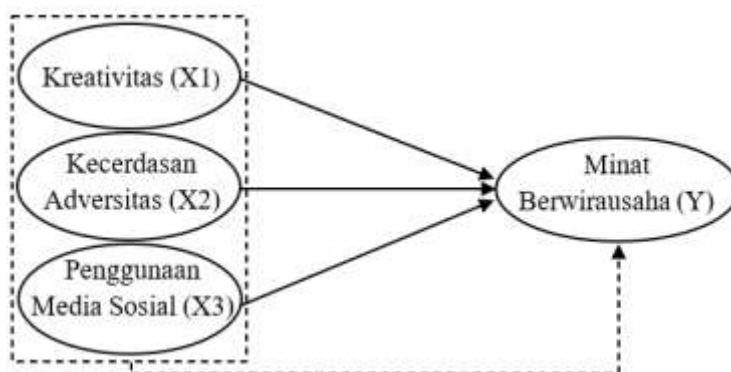
menciptakan tren dan banyak dimanfaatkan oleh para wirausahawan untuk menjual dan mempromosikan produknya melalui fitur yang ada. Media sosial sangat bermanfaat bagi individu yang mencari ide kewirausahaan yang mungkin didasarkan pada praktik, tren, atau model bisnis yang muncul di lokasi geografis rekanan jaringan mereka (Wang et al., 2020). Oleh karena media sosial dapat menyediakan kesempatan bagi tumbuhnya suatu bisnis, sehingga dapat menjadi peluang mahasiswa untuk turut membangun usaha di media sosial ataupun sekedar menyerap ide dan menjadikan konten yang ada sebagai inspirasi.

Perguruan tinggi memiliki peran besar dalam membantu meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa. Salah satu bentuk upaya yang dilakukan untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa yakni adanya mata kuliah praktik kewirausahaan. Melalui pengalaman praktik berwirausaha diharapkan mahasiswa dapat menggali peluang, mengeksplorasi dan mengoptimalkan potensi diri sehingga memperkuat karakter atau nilai-nilai kewirausahaan pada dirinya dan mengaplikasikannya ke lingkungan sekitar. Akan tetapi dari hasil temuan awal ditemukan hanya sebagian kecil mahasiswa memiliki minat untuk berwirausaha. Nilai-nilai kewirausahaan yang melekat pada diri mahasiswa belum sepenuhnya mendorong mahasiswa untuk memiliki minat berwirausaha. Mahasiswa cenderung kurang kreatif memanfaatkan peluang, dimana mahasiswa masih kesulitan dalam menemukan ide usaha apa di sekitar yang sesuai dengan kemampuan serta dukungan sumber daya yang dimiliki. Kemudian risiko dalam menjalankan usaha juga menjadi pertimbangan mahasiswa. Wirausaha membutuhkan kegigihan dalam menghadapi tantangan, namun sebagian besar mahasiswa justru cenderung belum memiliki kesiapan untuk menghadapi kesulitan atau risiko yang ada terutama takut mengalami kegagalan. Selain itu pengetahuan mahasiswa terkait dunia kewirausahaan dapat dikatakan masih minim dikarenakan kurangnya eksplorasi akan bidang kewirausahaan, meskipun saat ini informasi terkait kewirausahaan dapat diperoleh dengan mudah kapanpun dan dimanapun melalui media sosial.

Penelitian terkait kewirausahaan masih perlu terus dilakukan mengingat situasi yang terus berkembang dan masih adanya masalah pengangguran terdidik. Adanya ketidak konsistenan hasil penelitian terdahulu serta sebagian besar penelitian mengenai minat berwirausaha yang hanya membahas sekitar satu atau dua variabel saja juga mendorong dilakukannya penelitian ini. Penelitian ini menggabungkan faktor minat yang lebih kompleks mencakup faktor internal yakni personal berupa variabel kreativitas dan kecerdasan adversitas, serta faktor eksternal yakni aspek perkembangan teknologi berupa variabel penggunaan media sosial yang mana media sosial ini memiliki sifat dinamis mengikuti perubahan yang ada. Melalui kajian ini dapat menjadi wawasan bagi mahasiswa untuk mengembangkan minatnya dalam bidang kewirausahaan dengan memperhatikan kreativitas, kecerdasan adversitas, dan menggunakan media sosial untuk hal yang berkaitan dengan berwirausaha. Sehingga secara khusus diharapkan dapat mendukung misi Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya untuk menghasilkan lulusan berjiwa kepemimpinan dan kewirausahaan, serta dapat membantu mengurangi jumlah pengangguran dari lulusan perguruan tinggi di Indonesia.

## **METODE**

Penelitian ini ialah penelitian kuantitatif dan termasuk dalam asosiatif kausal. Hubungan kausal merujuk pada hubungan sebab akibat, dimana terdapat variabel bebas yakni variabel yang memengaruhi dan variabel terikat yakni variabel yang dipengaruhi (Soegiyono, 2013). Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan Prodi S1 Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya pada bulan April hingga Mei 2024. Populasi penelitian ini ialah keseluruhan mahasiswa yang saat ini tercatat sebagai mahasiswa angkatan 2021 Program Studi Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Surabaya yang telah menempuh pembelajaran praktik kewirausahaan yakni sejumlah 80 mahasiswa. Teknik sampling yang digunakan ialah sampel jenuh atau sensus sehingga sampel penelitian ini ialah 80 mahasiswa program studi S1 Pendidikan Ekonomi angkatan 2021. Berikut merupakan model penelitian ini.



**Gambar 1. Model Penelitian**

Tahap awal dari penelitian ini ialah melakukan survey awal mengenai minat berwirausaha kepada sejumlah mahasiswa prodi pendidikan Ekonomi. Untuk memperoleh data lebih lanjut, dirancang suatu instrumen penelitian dengan memperhatikan beberapa indikator. Indikator kreativitas mengacu pada pendapat (Setyaji *et al.*, 2020) yaitu rasa ingin tahu besar, bersikap terbuka terhadap pengalaman baru, panjang akal, dan berpikir fleksibel. Indikator kecerdasan adversitas mengacu pada dimensi dasar kecerdasan adversitas menurut (Stoltz, 1997) yaitu *control* (kendali), *origin-ownership* (asal usul dan pengakuan), *reach* (jangkauan) dan *endurance* (daya tahan). Indikator penggunaan media sosial mengacu pada pendapat (Mayfield, 2008) yang terdiri dari lima hal yakni partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas, saling terhubung. Indikator minat berwirausaha mengacu indikator yang digunakan pada penelitian (Damayanti, 2022) yaitu perasaan senang, ketertarikan, perhatian, keterlibatan.

Kemudian dilakukan uji coba instrumen melalui menyebarkan kuesioner dengan skala likert 1 sampai 5 kepada sejumlah 30 responden diluar sampel penelitian, yang selanjutnya hasil penyebaran tersebut dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Instrumen yang memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas kemudian disebarkan kepada sampel. Jawaban yang terkumpul kemudian ditransformasikan dari data ordinal menjadi data interval menggunakan MSI bantuan *software* Microsoft Excel. Data selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik mencakup uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, linearitas, lalu dilakukan uji analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi menggunakan *software* IBM SPSS Statistics 25..

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>	
Unstandardized Residual	
N	80
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Pengujian normalitas pada tabel 1 memperlihatkan nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,200, yang mana  $> 0,05$  maka disimpulkan data berdistribusi normal.

**Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kreativitas	0,728	1,373
Kecerdasan Adversitas	0,334	2,990
Penggunaan Media Sosial	0,323	3,100

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Pengujian multikolinieritas pada tabel 2 memperlihatkan bahwasanya masing-masing nilai *tolerance* variabel > 0,1, dimana nilai *tolerance* variabel kreativitas 0,728, nilai *tolerance* variabel kecerdasan adversitas 0,334, dan nilai *tolerance* variabel penggunaan media sosial 0,323. Kemudian melihat nilai VIF diperoleh bahwa setiap variabel memiliki nilai < 10, dimana nilai VIF variabel kreativitas sebesar 1,373, nilai VIF variabel kecerdasan adversitas 2,990, dan nilai VIF variabel penggunaan media sosial 3,100. Sehingga kesimpulannya tidak terjadi multikolinieritas.

**Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Sig.
Kreativitas	0,692
Kecerdasan Adversitas	0,360
Penggunaan Media Sosial	0,061

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Pengujian heteroskedastisitas menggunakan uji *glejser* pada tabel 3 memperlihatkan nilai signifikansi masing-masing variabel > 0,05, dimana nilai signifikansi untuk variabel kreativitas sebesar 0,692, nilai signifikansi untuk variabel kecerdasan adversitas 0,360, dan nilai signifikansi untuk variabel penggunaan media sosial 0,061. Sehingga kesimpulannya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Tabel 4. Hasil Uji Linearitas**

Variabel	Sig.
Kreativitas	0,402
Kecerdasan Adversitas	0,146
Penggunaan Media Sosial	0,670

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Pengujian linearitas pada tabel 4 memperlihatkan nilai signifikansi *deviation from linierity* variabel kreativitas ialah 0,402 > 0,05, nilai signifikansi *deviation from linierity* kecerdasan adversitas 0,146 > 0,05, dan nilai signifikansi *deviation from linierity* penggunaan media sosial 0,670 > 0,05. Sehingga disimpulkan pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha bersifat linear, pengaruh kecerdasan adversitas terhadap minat berwirausaha bersifat linear, dan pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha bersifat linear.

**Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	2.691	3.587		.750	.455
Kreativitas	.248	.108	.183	2.293	.025
Kecerdasan Adversitas	.336	.124	.319	2.717	.008
Penggunaan Media Sosial	.323	.094	.411	3.436	.001

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 5 didapatkan persamaan  $Y = 2,691 + 0,248 X_1 + 0,336 X_2 + 0,323 X_3 + e$ . Nilai konstanta yang diperoleh yakni 2,691. Hal ini menunjukkan variabel kreativitas, kecerdasan adversitas, dan penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berwirausaha. Nilai koefisien kreativitas yakni 0,248 menunjukkan kreativitas memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berwirausaha, artinya semakin tinggi kreativitas mahasiswa maka semakin tinggi pula minat berwirausaha mahasiswa. Nilai koefisien kecerdasan adversitas yakni 0,336 menunjukkan kecerdasan adversitas memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berwirausaha, artinya semakin tinggi kecerdasan adversitas yang ada pada diri mahasiswa maka semakin tinggi pula minat berwirausaha mahasiswa. Nilai koefisien penggunaan media sosial yakni 0,323 menunjukkan penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berwirausaha, artinya semakin baik penggunaan media sosial mahasiswa maka semakin baik pula minat berwirausaha mahasiswa.

Hasil uji t dengan melihat nilai signifikansi, didapatkan nilai signifikansi kreativitas ialah  $0,025 < 0,05$ . Sehingga kesimpulannya kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Nilai signifikansi kecerdasan adversitas ialah sebesar  $0,008 < 0,05$ . Sehingga kesimpulannya kecerdasan adversitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Nilai signifikansi penggunaan media sosial sebesar  $0,001 < 0,05$ . Sehingga kesimpulannya penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

**Tabel 6. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2471.630	3	823.877	46.901	.000 <sup>b</sup>
Residual	1335.037	76	17.566		
Total	3806.667	79			

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Tabel 6 memperlihatkan hasil pengujian hipotesis secara simultan yakni uji F yang mana diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga kesimpulannya kreativitas, kecerdasan adversitas, dan penggunaan media sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

**Tabel 7. Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.806 <sup>a</sup>	.649	.635	4.191214	

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Tabel 7 memperlihatkan hasil uji koefisien determinasi yang mana diperoleh nilai *adjusted r square* sebesar 0,635. Dapat disimpulkan variabel kreativitas, kecerdasan adversitas, dan penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa sebesar 63,5%, sedangkan untuk sisanya 36,5% dipengaruhi oleh faktor diluar penelitian.

## Pembahasan

### Pengaruh Kreativitas terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Analisis yang telah dilakukan memberikan hasil bahwa minat berwirausaha mahasiswa dapat dipengaruhi oleh kreativitas. Hal ini dapat ditunjukkan oleh nilai signifikansi kreativitas dari uji t ialah  $0,025 < 0,05$ . Dengan demikian kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Artinya semakin tinggi kreativitas mahasiswa maka semakin tinggi pula minat berwirausaha mahasiswa. Mahasiswa memiliki kreativitas yang cukup baik dalam kaitannya dengan minat berwirausaha. Ditunjukkan dengan mahasiswa yang cukup memiliki rasa ingin tahu seperti mampu menjadikan hal baru sebagai peluang usaha. Selanjutnya bersikap terbuka terhadap pengalaman baru dimana merasa senang dan menjadikan pengalaman sebagai bekal dalam mengambil keputusan berwirausaha. Lalu memikirkan berbagai kemungkinan yang dapat terjadi hingga menyiapkan rencana cadangan, tidak merasa kesulitan dalam memikirkan ide yang berbeda dengan orang lain, dan berusaha mencari jalan keluar atas kesulitan berwirausaha. Kemudian yang terakhir mampu menyesuaikan pola pikir dengan mau menerima masukan orang lain.

Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa kreativitas sebagai salah satu hal penting yang hendaknya dimiliki oleh mahasiswa yang kelak menjadi seorang wirausahawan. Sebagaimana (Laguía *et al.*, 2019) yang menyatakan bahwa kreativitas adalah prasyarat penting untuk menjadi seorang wirausaha dan individu lebih cenderung memilih sendiri karir wirausaha jika memiliki kreativitas diri yang tinggi. Dengan demikian kreativitas yang baik dapat mendorong minat berwirausaha mahasiswa, dimana mahasiswa akan lebih tanggap ketika dihadapkan dengan peluang-peluang usaha yang ada.

Penelitian ini relevan dengan *theory of planned behavior* yang mengemukakan bahwa sikap (*attitude toward behavior*) mendorong minat atau perilaku individu. Individu dengan persepsi serta pandangan positif

terhadap ranah kewirausahaan cenderung memiliki niat dan semangat berwirausaha yang tinggi (Kore & Prajogo, 2020). Sikap kreatif dimana dapat tercermin dari mahasiswa yang menyadari dan mampu memanfaatkan bahkan menciptakan peluang usaha cenderung memiliki penilaian positif akan bidang kewirausahaan itu sehingga dapat mendorong adanya minat untuk berwirausaha. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Fajar *et al.*, 2020; Imania & Suwatno, 2019; Shi *et al.*, 2020) dimana hasilnya menunjukkan ada pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha. Akan tetapi tidak sejalan dengan penelitian (Leonardi, 2017; Nguyen *et al.*, 2021) yang menunjukkan bahwa kreativitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha.

### **Pengaruh Kecerdasan Adversitas terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan memberikan hasil bahwa minat berwirausaha mahasiswa dapat dipengaruhi oleh kecerdasan adversitas. Hal ini dapat ditunjukkan oleh nilai signifikansi kecerdasan adversitas dari uji t ialah  $0,008 < 0,05$ . Dengan demikian kecerdasan adversitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Artinya semakin tinggi kecerdasan adversitas yang ada pada diri mahasiswa maka semakin tinggi pula minat berwirausaha mahasiswa. Mahasiswa memiliki kecerdasan adversitas yang cukup baik dalam kaitannya dengan minat berwirausaha. Ditunjukkan dengan mahasiswa yang cukup mampu memegang kendali atas kesulitan berwirausaha seperti mencari cara menyelesaikannya dan tidak hanya menggantungkan diri pada nasib, mampu mengidentifikasi penyebab kesulitan berwirausaha dan mempertanggung jawabkannya, mampu membatasi kesulitan berwirausaha agar tidak merambah ke aspek lainnya, serta optimis bahwa dengan suatu usaha maka durasi kesulitan berwirausaha yang ada tidak berlangsung lama.

Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa kecerdasan adversitas menjadi menjadi satu diantara berbagai aspek personal yang memerlukan perhatian mahasiswa dalam membangun dan menjalankan suatu usaha. Sebagaimana pendapat (Astri & Latifah, 2017) yang menuturkan rendahnya kemampuan individu mengatasi kesulitan ialah suatu kesalahan yang dapat berujung pada kegagalan, sehingga risiko gagal dalam suatu kegiatan berwirausaha dapat berdampak pada keinginan atau minat individu dalam menjalankan usaha. Dengan demikian ketika mahasiswa memiliki kecerdasan adversitas yang baik maka dapat mendorong adanya minat berwirausaha mahasiswa, dimana mahasiswa tidak akan mudah goyah untuk mewujudkan dan meraih kesuksesan dalam berwirausaha.

Penelitian ini sesuai dengan *theory of planned behavior* yang mengemukakan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) dapat mempengaruhi minat atau perilaku individu. Mahasiswa yang memandang dirinya mampu untuk mengatasi risiko kesulitan yang ada ketika berwirausaha akan terdorong memiliki minat dalam berwirausaha. Penelitian ini juga sejalan dengan hasil temuan (Irawan *et al.*, 2023; Ningsih *et al.*, 2020; Sari *et al.*, 2021) yang hasilnya mengungkapkan ada pengaruh positif signifikan *adversity quotient* terhadap minat berwirausaha. Akan tetapi di sisi lain tidak relevan dengan temuan (Muttaqiyathun *et al.*, 2022) yang hasilnya *adversity quotient* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha.

### **Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan memberikan hasil bahwa minat berwirausaha mahasiswa dapat dipengaruhi oleh penggunaan media sosial. Hal ini dapat ditunjukkan oleh nilai signifikansi penggunaan media sosial dari uji t ialah  $0,001 < 0,05$ . Dengan demikian penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Artinya semakin baik penggunaan media sosial mahasiswa maka semakin baik pula minat berwirausaha mahasiswa. Mahasiswa cukup baik dalam menggunakan media sosial dalam kaitannya dengan berwirausaha. Ditunjukkan dengan mahasiswa menggunakan media sosial untuk mengikuti perkembangan tren dan belajar tentang berwirausaha, mengakses informasi dan menemukan ide usaha, saling berinteraksi dan membicarakan topik mengenai berwirausaha, bertukar ide dengan orang yang

memiliki kesamaan minat dalam hal berwirausaha, serta terhubung dengan orang lain termasuk wirausahawan sukses hingga terhubung ke halaman lainnya.

Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwasanya penggunaan media sosial memiliki kontribusi pada adanya minat berwirausaha mahasiswa. Relevan dengan (Vesci *et al.*, 2022) yang mengemukakan adanya ketergantungan menggunakan media sosial memainkan peran penting dalam pembentukan kewirausahaan. Dengan demikian penggunaan media sosial yang baik dan tepat dapat bermanfaat dalam mendorong adanya minat berwirausaha mahasiswa.

Penelitian ini mendukung *theory of planned behavior* bahwa sikap (*attitude toward behavior*) mendorong minat atau perilaku individu. Perolehan informasi dan pengetahuan melalui media sosial dapat memberikan perbedaan, khususnya pada perkembangan keyakinan dan persepsi mengenai kewirausahaan (Vesci *et al.*, 2022). Penggunaan media sosial dapat mempengaruhi mahasiswa untuk melakukan suatu tindakan atau tidak. Ketika media sosial digunakan secara tepat untuk memperoleh informasi ataupun hal yang berkaitan dengan berwirausaha maka akan terbentuk penilaian yang baik mengenai berwirausaha dan ini dapat mendorong adanya minat berwirausaha. Penelitian ini juga relevan dengan temuan (Afria & Suharsono, 2023; Gustina *et al.*, 2022; Kurniawan, 2019) yang menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha. Namun tidak relevan dengan penelitian (Susilawaty, 2022) yang hasilnya tidak ada pengaruh signifikan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha.

### **Pengaruh Kreativitas, Kecerdasan Adversitas, dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan memberikan hasil bahwa kreativitas, kecerdasan adversitas, dan penggunaan media sosial secara simultan memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi dari hasil uji  $f$  sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian kreativitas, kecerdasan adversitas, dan penggunaan media sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Artinya kreativitas, kecerdasan adversitas, dan penggunaan media sosial secara bersama-sama dapat memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Besarnya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama dalam memengaruhi minat berwirausaha dapat diketahui dari nilai koefisien determinasi. Pada penelitian ini nilai koefisien determinasi sebesar 0,635 atau 63,5%, untuk sisanya sebesar 36,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Maka dapat diartikan kreativitas, kecerdasan adversitas, dan penggunaan media sosial secara bersama-sama memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap minat berwirausaha mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi yakni 63,5%.

Penelitian ini relevan dengan *Theory of Planned Behavior*. Berkaitan dengan ini, dapat dijelaskan bahwa adanya minat berwirausaha mahasiswa dapat bergantung pada apakah mahasiswa bersikap kreatif atas peluang dalam kegiatan berwirausaha, lalu persepsi akan mudah atau sulitnya risiko dalam kegiatan berwirausaha, serta apakah mahasiswa mampu merespon perkembangan kewirausahaan yang ada dengan menggunakan media sosialnya secara baik. Hal ini selaras dengan pendapat (Vesci *et al.*, 2022) bahwa sikap pribadi dan kontrol perilaku yang dirasakan merupakan faktor paling relevan yang menjelaskan niat berwirausaha. Temuan ini juga relevan dengan penelitian terdahulu dimana mengungkapkan terdapat berbagai faktor yang memengaruhi minat berwirausaha dapat meliputi kreativitas, kecerdasan adversitas, dan penggunaan media sosial. Penelitian (Nagel & Suhartatik, 2019) menyatakan bahwa minat berwirausaha dapat dipengaruhi oleh faktor kreativitas dan *risk taking*. Penelitian (Ruswandi & Suciati, 2023) bahwa kreatifitas dan penggunaan media sosial berimbas dalam menumbuhkembangkan minat berwirausaha generasi muda di Sukabumi. Serta penelitian (Maharani *et al.*, 2023) menunjukkan minat berwirausaha dapat dipengaruhi oleh faktor kreativitas dan penggunaan media sosial. Dengan adanya penelitian ini dapat diketahui faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha yaitu meliputi faktor kreativitas, kecerdasan adversitas, dan penggunaan media sosial, dengan berlandaskan pada *Theory of Planned Behavior* yang telah dikembangkan oleh (Ajzen, 1991). Hasil penelitian ini dapat menjadi wawasan mahasiswa sekaligus bahan pertimbangan mahasiswa dalam pengambilan keputusan untuk

berwirausaha dengan memperhatikan faktor kreativitas, kecerdasan adversitas, dan penggunaan media sosial. Adapun penelitian ini hanya menguji pengaruh langsung dari kreativitas, kecerdasan, adversitas, dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha, oleh karena itu bagi penelitian berikutnya dapat mengeksplorasi apakah terdapat pengaruh tidak langsung dari variabel tersebut terhadap minat berwirausaha melalui variabel lain.

## SIMPULAN

Berdasarkan pada pemaparan hasil dan pembahasan, maka diperoleh simpulan bahwa secara parsial kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, kecerdasan adversitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Secara simultan kreativitas, kecerdasan adversitas, dan penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Kreativitas, kecerdasan adversitas, dan penggunaan media sosial yang dimiliki mahasiswa cukup baik dalam kaitannya dengan minat berwirausaha. Sehingga masih sangat berpotensi bagi mahasiswa untuk meningkatkan ataupun mengasah kreativitas dan kecerdasan adversitasnya, serta menggunakan media sosial dengan lebih baik untuk sesuatu hal yang berkaitan dengan berwirausaha. Selain itu pihak universitas juga diharapkan turut mengawal kreativitas, kecerdasan adversitas, dan penggunaan media sosial mahasiswa melalui pembelajaran berbasis kewirausahaan yang memperhatikan adanya penumbuhan kreativitas ide dan kecerdasan adversitas, serta mengintegrasikan pemanfaatan media sosial yang mengarah pada pembentukan dan peningkatan minat berwirausaha mahasiswa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afria, J., & Suharsono, N. (2023). Penggunaan Media Sosial Pada Minat Berwirausaha Melalui Kreativitas Anak Muda Kota Amuntai. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.53682/mk.v4i1.4904>
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*.
- Astri, W., & Latifah, L. (2017). Pengaruh Personal Attributes, Adversity Quotient Dengan Mediasi Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 737–751.
- BPS. (2023). <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/11/06/2002/tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-32-persen-dan-rata-rata-upah-buruh-sebesar-3-18-juta-rupiah-per-bulan.html>
- Damayanti, Y. T. (2022). Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(3), 32–46.
- Fajar, A., Syam, A., Rahmatullah, 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.
- Gustina, M., Sumiati, A., & Mardi, M. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 18(2), 133–151. <https://doi.org/10.21831/jep.v18i2.41027>
- Hidayat, S., Tamba, H., & Bahits, A. (2021). Student Interest in Entrepreneurship: the Role of Entrepreneurship Education and the Environment of Family. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship*, 1(3), 269–276.
- Imania, I. N., & Suwatno, S. (2019). The Effect of Educational Entrepreneurship and Creativity to Entrepreneurial Intermediation. *Proceedings of the 1st International Conference on Economics, Business, Entrepreneurship, and Finance (ICEBEF 2018)*, 65, 206–210. <https://doi.org/10.2991/icebef-18.2019.49>
- Irawan, T. T., Syafaat, F., & Zaki, N. A. M. (2023). Adversity Quotient and Self-Efficacy On Student

3650 *Pengaruh Kreativitas, Kecerdasan Adversitas, dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa - Dwi Fadhillah Pri Anjarwati, Putri Ulfa Kamalia*  
DOI: <https://doi.org/10.31004/edukatif.v6i4.7209>

Entrepreneurial Intention In Bogor City. *Tijari International Journal of Islamic Economics, Business, and Entrepreneurship.*, 3(1), 1–17.

Kore, I. C., & Prajogo, W. (2020). Kreativitas dan Niat Berwirausaha Ditinjau dari Theory of Planned Behavior. *JBTI : Jurnal Bisnis : Teori Dan Implementasi*, 11(2), 118–133.  
<https://journal.umy.ac.id/index.php/bti/index>

Kurniawan, Y. R. (2019). The effect of using social media to enterpreneurial interest in airlangga university students: Case in management students at faculty of economic and business. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 8(7C2), 104–107.

Laguía, A., Moriano, J. A., & Gorgievski, M. J. (2019). A psychosocial study of self-perceived creativity and entrepreneurial intentions in a sample of university students. *Thinking Skills and Creativity*, 31(October 2017), 44–57. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2018.11.004>

Leonardi, S. (2017). *Pengaruh Motivasi dan Kreativitas Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha.*

Maharani, A., Corry Yohana, & Aditya Pratama. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas, dan Kecerdasan Emosional terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 750–768. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0303.11>

Mayfield, A. (2008). What Is Social Media? *Icrossing*, 1–36.  
[http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What\\_is\\_Social\\_Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf)

Muttaqiyathun, A., Nurmaya, E., & Saputra, Y. (2022). Peran Kecerdasan Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Z. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 13(02), 220–237.  
<https://doi.org/10.21009/jrmsi.013.2.03>

Nagel, P. J. F., & Suhartatik, A. (2019). Faktor Internal dan Eksternal Minat Berwirausaha dan Keberhasilan Usaha pada UMKM di Surabaya. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 15(1), 53.  
<https://doi.org/10.35384/jkp.v15i1.164>

Nguyen, T. T., Phan, H. T. T., & Pham, V. T. (2021). Impact of creativity on student entrepreneurial intention. *International Journal of Innovation*, 9(3), 646–663. <https://doi.org/10.5585/iji.v9i3.19659>

Ningsih, R., Nurrahmah, A., & Supandi, A. (2020). Minat Berwirausaha Mahasiswa ditinjau dari Adversity Quotient. *Prosiding Seminar Nasional Dan Diskusi Panel Pendidikan Matematika Universitas Indraprasta PGRI*, 203–208.

Privana, S. O., & Kamalia, P. U. (2022). Minat Berwirausaha Mahasiswa Selama Pandemi: Apakah Pendidikan Kewirausahaan Dan Ekspektasi Pendapatan Berpengaruh? *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(1), 24–34. <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i1.1507>

Putra, A. P., & Sakti, N. C. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Adversity Intelligence, dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNESA. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 15(1), 122–137. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v15i1.64258>

Ruswandi, W., & Suciati, F. (2023). Menumbuhkembangkan Minat Wirausaha Generasi Muda Di Sukabumi Kota Melalui Kreatifitas dan Penggunaan Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 770–781. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2923>

Sari, T. U., Adi, B. W., & Totalia, S. A. (2021). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan, Adversity Quotient dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS Tahun 2017-2019. *BISE : Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 7(2). <https://jurnal.uns.ac.id/bise>

Setyaji, B., Yanto, H., & Prihandono, D. (2020). The Role of Personality, Adversity Intelligence and Creativity in Increasing Entrepreneurial Interest Through Student Involvement in Entrepreneurship Lectures. *Journal of Economic Education*, 9(1), 9–18. <https://doi.org/10.15294/jeec.v9i1.36789>

Shi, Y., Yuan, T., Bell, R., & Wang, J. (2020). Investigating the Relationship Between Creativity and Entrepreneurial Intention: The Moderating Role of Creativity in the Theory of Planned Behavior.

- 3651 *Pengaruh Kreativitas, Kecerdasan Adversitas, dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa - Dwi Fadhillah Pri Anjarwati, Putri Ulfa Kamalia*  
DOI: <https://doi.org/10.31004/edukatif.v6i4.7209>
- Frontiers in Psychology*, 11(June), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01209>
- Siregar, S. A. A., & Marwan. (2020). *The Effect of Parents Socioeconomic Status, Adversity Quotient, and Self-Efficacy, on Students Entrepreneurship Interest*. 124(February 2018), 582–589.  
<https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.122>
- Soegiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Stoltz, P. G. (1997). *Adversity Quotient: Turning Obstacles into Opportunities* (Revisi). John Wiley & Sons, 1999.
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2010). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses (Edisi Kedua)*.
- Susilawaty, E. A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal of Business Administration (JBA)*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.31963/jba.v2i1.3432>
- Suyanto, B., & Ariadi, S. (2013). Penanganan pengangguran terdidik di Jawa Timur. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 26(4), 257–264.
- Vesci, M., Crudele, C., Feola, R., & Parente, R. (2022). Exploring the impact of social media on entrepreneurial intention: a survey on high-school students. *Sinergie*, 40(3), 175–198.  
<https://doi.org/10.7433/S119.2022.08>
- Wang, W., Liang, Q., Mahto, R. V., Deng, W., & Zhang, S. X. (2020). Entrepreneurial entry: The role of social media. *Technological Forecasting and Social Change*, 161(September).  
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120337>