



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 3341-3348

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Efikasi Diri dan Kreativitas terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Fadilah Laili Frastiwi, Alfifto, Amrin Mulia Utama Nasution, Nindya Yunita, Hesti Sabrina
Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Indonesia

lailiprastiwi5@gmail.com, alfifto@staff.uma.ac.id, amrinmulia@staff.uma.ac.id, nindyayunita@staff.uma.ac.id,
hesti@staff.uma.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Penggunaan Media Sosial, Efikasi Diri, dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Efikasi Diri, dan Kreativitas merupakan tiga faktor penting yang dapat mempengaruhi Minat Berwirausaha, khususnya dalam konteks Mahasiswa Kewirausahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara dari stambuk 2022 sampai dengan stambuk 2025 dengan jumlah sampel 122 responden. Penelitian ini menggunakan metode cluster sampling. Data dianalisis menggunakan metode Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif dengan nilai original sample 0,254 dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai p value $0,003 < 0,05$ (α 5%), Efikasi diri berpengaruh positif dengan nilai original sample 0,491 dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai p value $0,000 < 0,05$ (α 5%), dan Kreativitas berpengaruh positif dengan nilai original sample 0,390 dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai p value $0,001 < 0,05$ (α 5%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial, efikasi diri dan kreativitas secara persial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.

Kata kunci: Media Sosial, Efikasi Diri, Kreativitas, Minat Berwirausaha

1. Latar Belakang

Kemiskinan dan pengangguran masih menjadi masalah besar yang dihadapi oleh masyarakat Indonesia saat ini. Pengangguran yang tinggi merupakan permasalahan yang tidak ada habisnya di Indonesia (Tingginehe & Sulandjari, 2024). Salah satu penyebab kemiskinan suatu negara adalah pengangguran yang terus meningkat tanpa diimbangi dengan peningkatan lapangan pekerjaan yang mencukupi (Putri & Sakti, 2023).

Salah satu langkah untuk mengatasi pengangguran di Indonesia adalah dengan mendukung dan membantu masyarakat dalam berwirausaha (Wijaya Dkk, 2024). Kewirausahaan menjadi salah satu cara yang harus dipertimbangkan oleh suatu negara dalam upaya pembangunan ekonomi (Falabibah dkk, 2024). Di sektor ekonomi yang mampu menawarkan peluang kemandirian, keuntungan serta fleksibilitas, maka kewirausahaan memiliki kekuatan yang produktif (Wijaya Dkk, 2024). Menurut Haris & Burhan, (2023) Kewirausahaan merupakan salah satu penggerak ekonomi suatu negara, produktivitas, kreativitas dan inovasi yang terjadi dalam kewirausahaan dapat membuka peluang ketersediaan lapangan kerja dan mendorong kemajuan ekonomi. Secara umum kewirausahaan itu identik dengan apa yang dimiliki atau apa yang dilakukan oleh wirausaha.

Generasi muda, termasuk mahasiswa diharapkan untuk menjadi penggerak perubahan yang kreatif dan inovatif, sehingga mampu menciptakan ide-ide yang dapat dijadikan peluang untuk berwirausaha. Jika generasi muda memiliki ketertarikan untuk menjadi wirausaha, maka Indonesia akan menjadi negara maju, angka pengangguran berkurang, lapangan pekerjaan bertambah dan perekonomian negara akan meningkat (Aprilliana & Dito, 2025).

Di Indonesia, masih sangat minim mahasiswa yang berkeinginan untuk membuka usaha sendiri khususnya pada prodi kewirausahaan, walaupun mahasiswa prodi kewirausahaan ini belajar mengenai berwirausaha tetapi tidak semua mahasiswa berminat untuk menjadi wirausaha. Ini dikarenakan berwirausaha tidak menjanjikan karir yang cemerlang, kurangnya kreatifitas yang dimiliki mahasiswa, maupun ketidakberanian mahasiswa untuk mengambil resiko, dan juga minat mahasiswa untuk berwirausaha sangat rendah (Aprilliana & Dito, 2025) Untuk meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa perlu adanya dukungan dari pihak kampus dan juga terjalannya kolaborasi antara sektor pemerintah, swasta, dan lembaga keuangan untuk menyediakan program pelatihan kewirausahaan yang akan memberikan dampak positif bagi mahasiswa (Aulya Dkk, 2024). Hal ini dapat menimbulkan minat berwirausaha dikalangan mahasiswa lebih menjadi meningkat dikarenakan adanya perhatian dari beberapa sektor.

Menurut Falabibah dkk, (2024) Minat berwirausaha merupakan sebuah ketertarikan seseorang terhadap dunia bisnis serta mampu mengembangkan sebuah usaha yang disertai dengan kesiapan mental yang kuat dalam menanggung banyak resiko yang dihadapinya untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Minat berwirausaha juga dapat dilihat melalui keinginan dari diri seseorang pada saat proses merencanakan, mengorganisir, mengatur dan menanggung risiko serta mengembangkan usaha yang diciptakannya untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Memiliki keberanian dalam diri seseorang dapat membantu menciptakan sebuah usaha melalui ide-ide yang kreatif, inovatif, serta dapat mengelola peluang yang ada dengan cara bekerja keras. (Laia, & Husda, (2024). Sedangkan Menurut Susanto (2024) dalam buku kajiannya Minat berwirausaha merupakan dorongan dari dalam diri seseorang yang mampu memberikan semangat untuk menjalankan usaha dalam memperoleh penghasilan tanpa bergantung pada orang lain.

Rendahnya minat mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara dalam berwirausaha dikarenakan tingginya resiko kegagalan dalam berwirausaha (Dewi, 2020). Hal ini perlu di perhatikan lagi oleh pihak kampus untuk menciptakan lulusan yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat dengan cara menjadi seorang wirausaha. Terdapat beberapa faktor yang dapat meningkatkan minat berwirausaha salah satunya dengan adanya media sosial.

Menurut Rahayu & Sulistyowati (2021) penggunaan media sosial akan mendorong dan memotivasi mahasiswa kewirausahaan Universitas Sumatera Utara untuk berwirausaha. Karena proses penyebaran informasi melalui media sosial sangatlah cepat dan akan menjadi peluang bisnis untuk mahasiswa dengan memanfaatkan media sosial yang mereka gunakan. Selain itu, media sosial juga sudah terhubung ke berbagai situs lain sehingga interaksi secara virtual saat ini semakin disukai oleh kalangan anak muda khususnya bagi mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara dengan adanya kemudahan tersebut, seperti mudahnya berkomunikasi yang didukung dengan efisiensi dimana media sosial dapat diakses tanpa terikat oleh ruang dan waktu, media sosial juga memungkinkan untuk mahasiswa memulai berwirausaha melalui hubungan komunikasi dengan tujuan mencari keuntungan.

Serta pemahaman mahasiswa pada keyakinan terhadap kemampuan dalam berwirausaha untuk mencapai hasil yang diinginkan semakin tinggi, maka akan mempengaruhi minat berwirausaha bagi mahasiswa. Berdasarkan jurnal yang diteliti oleh Irawan & Zaini (2024) menjelaskan bahwa efikasi diri berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Faktor kepribadian yang memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha adalah efikasi diri, Efikasi diri merupakan kepercayaan pada kapasitas dirinya untuk mencapai suatu kesuksesan pada pekerjaan dan tanggung jawabnya. semakin sering seseorang melakukan evaluasi diri dan menganggap bahwa dia memiliki banyak kemampuan yang positif, maka semakin besar pula efikasi yang dimilikinya hal inilah yang diperlukan dalam jiwa seorang wirausahawan. Sedangkan Menurut Nugraheni (2022) Efikasi diri adalah keyakinan diri untuk mampu mengorganisasikan dan melakukan suatu aktivitas dengan tujuan untuk memperoleh hasil yang diharapkan.

Selain itu mahasiswa perlu mengatasi resiko-resiko yang akan terjadi maka mahasiswa perlu memiliki sifat yang kreatif, menurut Wardani & Dewi (2021) Kreativitas merupakan kemampuan untuk menghadirkan gagasan atau ide dalam memecahkan persoalan saat menghadapi permasalahan dengan adanya kreativitas maka seseorang akan terdorong untuk mencapai target yang ditentukan. Menurut Alfiani & Hendriani (2025) kreativitas dapat mempengaruhi keinginan seseorang untuk menjadi wirausaha dengan menginspirasi mereka untuk menciptakan sebuah ide. Tingginya tingkat kreativitas akan mengalami peningkatan pada minat berwirausaha mahasiswa karena wirausaha memiliki hubungan yang sangat erat dengan kreativitas. Pelaku bisnis harus mampu menciptakan ide-ide yang baru sehingga usaha akan selalu menang dalam persaingan. Hubungan kreativitas dalam dunia wirausahawan adalah sebagai modal utama wirausahawan salah satunya adalah mampu berpikir secara kreatif agar dapat mengidentifikasi dan memanfaatkan sebuah peluang untuk memulai sebuah usaha. Berdasarkan uraian latar

belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengembangkan penelitian dengan judul. Pengaruh Penggunaan Media sosial, Effikasi diri Dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan secara kuantitatif, dimana akan menemukan besarnya pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terkait (variabel dependen). Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang melibatkan proses pengumpulan dan analisis data numerik secara obyektif untuk menggambarkan, memprediksi, atau mengontrol variabel yang menarik. Penelitian ini diekspresikan dalam angka dan grafik dan digunakan untuk menguji atau mengkonfirmasi teori dan asumsi. Penelitian ini dilakukan di Prodi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara mulai tahun 2022-2025 sebanyak 176 orang. Teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan *probability Sampling*. *probability Sampling* adalah Teknik sampling yang setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Sementara metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Cluster Sampling*, yang dimana *Cluster Sampling* digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang diteliti atau sumber sata sangat luas. Metode ini dimana populasi dibagi berdasarkan area atau *cluster*, lalu beberapa *cluster* dipilih sebagai sampel dari *cluster* tersebut bisa diambil seluruhnya atau sebagian untuk dijadikan sampel, anggota populasi disetiap *cluster* tidak perlu homogen. Untuk menentukan sampel penelitian menggunakan rumus slovin, dari hasil rumus slovin tersebut menunjukkan bahwa jumlah dalam penelitian ini yaitu sebanyak 122 responden.

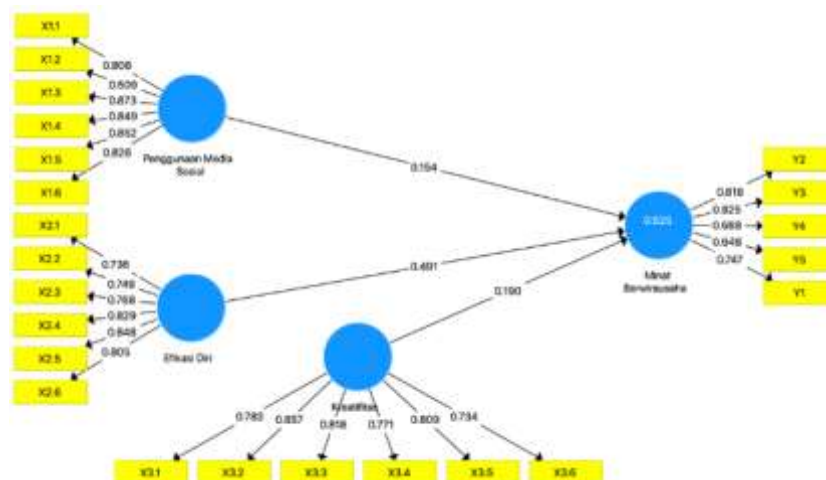
Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini melalui wawancara dan kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode *Smart PLS (Partial Least Squares)* untuk menganalisis hubungan antar variabel berdasarkan nilai yang telah diinput. Dengan Teknik analisis data yaitu Analisis Statistik Deskriptif, Analisis PLS (*Partial Least Squares*), Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*), Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) dan Uji Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil analisis Data

a. Analisis Model PLS

Model pertama atau model awal yang diajukan pada penelitian dilakukan dengan menggunakan seluruh indikator pada setiap konstruk. Model pertama dianalisis dengan menggunakan dasar acuan kerangka model pada Gambar 4.1 berikut:



Gambar 1 Kerangka Model Pertama
Sumber: Data diolah melalui PLS (2026)

Gambar 1 mengilustrasikan penerapan analisis First Order pada seluruh variabel penelitian. Proses ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kecocokan indikator dalam setiap dimensi yang dijadikan dasar penyusunan indikator penelitian. Jika indikator pada tiap dimensi telah memenuhi kriteria reliabilitas dan ketepatan dalam mengukur dimensinya, maka akurasi prediksi hubungan antarvariabel dalam penelitian dapat ditingkatkan.

b. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Outer model atau model pengukuran bertujuan untuk menganalisis validitas dan reliabilitas konstruk dalam penelitian. Setiap indikator harus memiliki nilai loading factor yang menunjukkan kekuatan hubungannya dengan konstruk yang diukur. Secara ideal, nilai ini harus melebihi 0.7, tetapi dalam penelitian eksploratif, nilai minimal 0.5 masih dapat diterima. Proses penghitungan loading factor tiap indikator terhadap konstruk dilakukan melalui algoritma yang tersedia dalam perangkat lunak SmartPLS.

Tabel 1 Hasil Uji *Loading Factors*

	Penggunaan Media Sosial	Efikasi Diri	Kreatifitas	Minat Berwirausaha
X1.1	0,808			
X1.2	0,509			
X1.3	0,873			
X1.4	0,849			
X1.5	0,852			
X1.6	0,826			
X2.1		0,736		
X2.2		0,749		
X2.3		0,768		
X2.4		0,829		
X2.5		0,848		
X2.6		0,805		
X3.1			0,783	
X3.2			0,857	
X3.3			0,818	
X3.4			0,771	
X3.5			0,809	
X3.6			0,734	
Y1				0,747
Y2				0,818
Y3				0,825
Y4				0,688
Y5				0,648

Sumber: Data diolah melalui PLS (2026)

Tabel 1 mengungkapkan bahwa seluruh indikator variabel penelitian memiliki nilai *outer loading* melebihi batas 0,5. menjelaskan bahwa nilai *outer loading* pada kisaran 0,5 hingga 0,6 telah memenuhi kriteria minimum validitas konvergen. Temuan ini membuktikan bahwa seluruh indikator penelitian memenuhi syarat validitas sehingga layak digunakan dalam proses analisis tahap selanjutnya.

Pengujian reliabilitas menggunakan *composite reliability* mensyaratkan nilai minimal 0,7 untuk setiap konstruk. Namun, dalam penelitian eksploratif seperti ini, nilai $\geq 0,6$ masih dapat ditoleransi. Hasil perhitungan *composite reliability* melalui algoritma SmartPLS untuk tiap konstruk dapat diamati pada Tabel 2, yang menunjukkan konsistensi internal instrumen penelitian.

Tabel 2 *Composite Reliability*

	Composite Reliability
Penggunaan Media Sosial	0,910
Efikasi Diri	0,909
Kreatifitas	0,912
Minat Berwirausaha	0,863

Sumber: Data diolah melalui PLS (2026)

Berdasarkan Tabel 2, seluruh konstruk telah mencapai syarat minimum reliabilitas *outer model* dengan nilai *composite reliability* di atas 0,7. Hasil ini menjadi dasar kelayakan untuk melanjutkan analisis *outer model* ke tahap pengujian validitas. Validitas konvergen sebagai bagian dari evaluasi *outer model* diukur menggunakan parameter *Average Variance Extracted* (AVE). nilai AVE yang memadai pada setiap konstruk harus melebihi ambang batas minimal 0,5. Komputasi SmartPLS terhadap nilai AVE seluruh konstruk penelitian secara detail dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 3 *Average Variance Extracted* (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)
Penggunaan Media Sosial	0,634
Efikasi Diri	0,624
Kreatifitas	0,634
Minat Berwirausaha	0,560

Sumber: Data diolah melalui PLS (2026)

Tabel 3 memperlihatkan bahwa nilai AVE pada setiap konstruk model akhir mencapai nilai $> 0,5$. Sebagai hasilnya, model persamaan struktural yang dihitung sudah memenuhi kriteria *convergent validity*.

c. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Setelah model estimasi memenuhi kriteria *Outer Model*, tahap pengukuran dilanjutkan dengan evaluasi model struktural (*Inner Model*) melalui analisis koefisien determinasi (R^2) pada variabel dependen. Hasil perhitungan nilai R^2 untuk tiap variabel disajikan secara lengkap dalam Tabel 4.

Tabel 4 R Square

	R Square
Minat Berwirausaha	0,625

Sumber: Data diolah melalui PLS (2026)

Berdasarkan hasil komputasi pada Tabel 4.12, nilai R^2 untuk variabel minat berwirausaha mencapai 0.625. Angka ini mengindikasikan bahwa kombinasi variabel Penggunaan Sosial Media, Efikasi Diri dan Kreativitas mampu menjelaskan 62,5% varians dalam Minat Berwirausaha. Sementara itu, sisa varians sebesar 37,5% dipengaruhi oleh faktor eksternal yang tidak tercakup dalam desain penelitian ini.

d. Uji Pengaruh Langsung (Direct Effect)

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji T-statistics (t-test) pada taraf signifikansi α 5%. Berdasarkan kriteria pengujian, nilai p-value di bawah 0,05 menunjukkan hubungan yang signifikan secara statistik, sedangkan nilai p-value di atas 0,05 mengindikasikan ketidaksignifikan hubungan antar variabel. Hasil analisis pengaruh langsung antar variabel secara komprehensif tersaji dalam Tabel 5.

Tabel 5 Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Penggunaan Media Sosial -> Minat Berwirausaha	0,254	0,147	0,142	2,582	0,003
Efikasi Diri -> Minat Berwirausaha	0,491	0,486	0,131	5,755	0,000
Kreativitas -> Minat Berwirausaha	0,390	0,203	0,143	3,532	0,001

Sumber: Data diolah melalui PLS (2026)

1. Variabel Penggunaan Media Sosial (X1) menunjukkan bahwa pengaruh antara Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha ($p = 0,003 < 0,05$) maka H_0 ditolak H_1 diterima yang berarti Penggunaan Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha, Kemudian pada *original sample* dapat dilihat bahwa nilai koefisien dari pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha adalah sebesar 0,254 yang artinya terdapat pengaruh positif antara Penggunaan Media Sosial dengan Minat Berwirausaha.
2. Variabel Efikasi Diri (X2) menunjukkan bahwa pengaruh antara Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha ($p = 0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak H_1 diterima, yang berarti Efikasi Diri berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Kemudian pada *original sample* dapat dilihat bahwa nilai koefisien dari pengaruh Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha adalah sebesar 0,491 artinya terdapat pengaruh positif antara Efikasi Diri dengan Minat Berwirausaha.
3. Variabel Kreativitas (X3) menunjukkan bahwa pengaruh antara Kreativitas terhadap Minat Berwirausaha ($p = 0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak H_1 diterima, yang berarti Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Kemudian pada *original sample* dapat dilihat bahwa nilai koefisien dari pengaruh Kreativitas terhadap Minat Berwirausaha adalah sebesar 0,491 artinya terdapat pengaruh positif Kreativitas dengan Minat Berwirausaha.

Pembahasan

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penggunaan Media Sosial memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,254 yang bernilai positif, menunjukkan adanya pengaruh langsung terhadap Minat Berwirausaha. Selain itu Penggunaan Media Sosial juga berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha, di mana hasil uji menunjukkan bahwa nilai P-Values pada Penggunaan Media Sosial lebih kecil dari nilai probabilitas Sig (0,05), yaitu 0,003.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Penggunaan media sosial dapat membantu mahasiswa mengenal berbagai peluang usaha. Media sosial memungkinkan mahasiswa untuk memulai usaha tanpa harus memiliki toko fisik atau mengeluarkan biaya besar untuk promosi. Hal ini dapat meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa, karena keterbatasan modal sering kali menjadi salah satu hambatan dalam memulai usaha. Dengan adanya media sosial, mahasiswa merasa lebih mudah dan lebih berani untuk mencoba berwirausaha. Oleh karena itu, semakin tinggi pemahaman mahasiswa terhadap manfaat media sosial sebagai sarana bisnis yang murah, maka semakin besar pula minat mereka untuk memanfaatkan media sosial dalam kegiatan wirausaha.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori Penelitian terdahulu dari penelitian Komang et al. (2020) memiliki hasil penelitian yaitu penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha. Penelitian lain yang serupa dilakukan oleh Suratno et al. (2020) mengungkapkan media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, Efikasi diri merupakan variabel yang lebih tinggi pengaruhnya terhadap Minat Berwirausaha dibanding Sosial Media dan Kreativitas. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Efikasi diri berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha, ini dapat dilihat dari hasil nilai koefisien jalur dari Efikasi diri yaitu 0,491 yang bernilai positif. Selain itu, Efikasi diri juga berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha dimana hasil uji menunjukkan bahwa nilai P-Values pada Efikasi diri lebih kecil dari nilai probabilitas Sig (0,05) yaitu 0,000. Hasil penelitian yang positif menjelaskan bahwa semakin semakin menarik Efikasi diri dilakukan, maka semakin tinggi pula kemungkinan konsumen melakukan Minat Berwirausaha.

mahasiswa memiliki keyakinan dan kemauan yang kuat untuk terus berusaha meskipun menghadapi kesulitan. Sikap tidak mudah menyerah tersebut menunjukkan adanya Efikasi diri yang cukup tinggi pada mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Memiliki Efikasi diri yang tinggi sangat penting bagi mahasiswa karena kegiatan wirausaha sering dihadapkan pada tantangan dan kegagalan.

Mahasiswa yang percaya pada kemampuan dirinya sendiri cenderung lebih berani mengambil risiko, mencoba hal baru, dan tetap bertahan ketika menghadapi hambatan dalam menjalankan usaha. Oleh karena itu, semakin tinggi efikasi diri mahasiswa, maka semakin besar pula minat mereka untuk berwirausaha.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Afrianti et al (2023) yang menunjukkan bahwa *Self Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha masyarakat di kecamatan Simpang kiri Kota Sunulussalam, Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyundari et al (2023) bahwa *Self Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Marlina et al (2023) menunjukkan bahwa *Self Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat berwirausaha Mahasiswa Universitas Dharmas Indonesia.

Pengaruh Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, Kreativitas berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kreativitas memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,390 yang bernilai positif, menunjukkan adanya pengaruh langsung terhadap Minat Berwirausaha. Selain itu Kreativitas juga berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha, di mana hasil uji menunjukkan bahwa nilai P-Values pada Kreativitas lebih kecil dari nilai probabilitas Sig (0,05), yaitu 0,001. Hasil penelitian yang positif ini mengindikasikan bahwa semakin baik kreatifitas yang dimiliki mahasiswa maka minat berwirausaha akan meningkat.

mahasiswa memiliki tingkat kreativitas yang cukup tinggi dalam melihat peluang usaha. Mahasiswa tidak hanya tertarik pada usaha yang sudah ada, tetapi juga ingin menciptakan ide usaha yang berbeda dan memiliki ciri khas. kreativitas merupakan hal yang sangat penting karena usaha yang kreatif dan unik lebih mudah menarik perhatian konsumen.

Mahasiswa yang memiliki kreativitas tinggi cenderung lebih tertarik untuk berwirausaha karena mereka merasa dapat menuangkan ide dan gagasan baru ke dalam sebuah usaha, mereka juga dapat melihat peluang untuk mengembangkan gagasannya menjadi produk atau jasa. Oleh karena itu, semakin tinggi kreativitas mahasiswa, maka semakin besar pula minat mereka untuk berwirausaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Valdez et al. (2023) yang menunjukan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Isma et al (2023). Yang menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha pada santri dan santriwati pondok pesantren Makasar. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang 87 dilakukan oleh Putri et al (2023). Yang menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Kota Batam.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil kesimpulan yaitu 1) Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif dengan nilai *original sample* 0,254 dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha dengan nilai *p value* $0,003 < 0,05$ (α 5%) pada Mahasiswa Kewirausahaan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara, 2) Efikasi Diri berpengaruh positif dengan nilai *original sample* 0,491 dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha dengan nilai *p value* $0,000 < 0,05$ (α 5%) pada Mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara, 3) Kreativitas berpengaruh positif dengan *nilai original sample* 0,390 dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha dengan nilai *p value* $0,001 < 0,05$ (α 5%) pada Mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.

Referensi

1. Alfiany, N. K., & Hendriani, D. (2025). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat dan Kreatifitas Berwirausaha Mahasiswa Tadris IPS UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial (JUPENDIS)*, 3(1), 01-17. <https://doi.org/10.54066/jupendis.v2i4.2620>.
2. Alfifto. (2024). *Statistika Penelitian: Konsep dan Kasus*. Medan: UMA Press.
3. Aprilina, T. P., & Dito, A. H. (2025). Pengaruh Motivasi Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Nasional Karangturi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 6(4), 6854-6868. <https://journal.yrpiipku.com/index.php/msej/article/view/8508>
4. Aulya, C. D., Laili, F., & Sunita, D. (2024). Mengidentifikasi Faktor - Fktor Keberhasilan Kewirusahaan di Kalangan Generasi Muda Indonesia Menggunakan Metode Delphi. *Jurnal Spektrum Ekonomi*, 7(12), 69-76. <https://eco.ojs.co.id/index.php/jse/article/download/915/1070/2106>
5. Dewi, N.L.P. (2020). Pengaruh Persepsi Risiko dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Bali, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 189-198.
6. Falabibah, Z., Nor. N. & Sopyan.S. (2024). Pengaruh Entrepreneurial Mindset dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha dengan Self-Efficacy Sebagai Variabel Mediasi (Survey Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sukabumi). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 6063-6070. <https://journal.yrpiipku.com/index.php/msej/article/download/6872/3767/35893>
7. Haris, A. T. E., & Rizka. R. B. (2023). Peran Perempuan dalam Mendorong Kemandirian Ekonomi Melalui Kewirausahaan. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 12 - 21. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/3364/2192>
8. Irawan, R. S., & M. Zaini. (2024). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FISIP Universitas Mulawarman). *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(5), 1158-1178. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i6.12726>
9. Isma, A., Rakib, M., Andriani, R., & Septiani, I. (2023). Pengaruh Kreativitas dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi Berwirausaha Pada Santri dan Santriwati Pondok Pesantren Ad Daraean Makassar. *Journal of Economics, Entrepreneurship, Management Business and Accounting*, 1(1), 1-11. DOI: [10.61255/jeemba.v1i1.17](https://doi.org/10.61255/jeemba.v1i1.17)
10. Komang, S.I., Ni Komang Redianingsih., I Made Baji Pranawa., Desak Nyoman Tri Indahyani. (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*, 9(7), 627-652. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eeb/article/download/60777/35544>
11. Laila, D., & Husda, A. P. (2024). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Literasi Keuangan Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi Kota Batam. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial & Teknologi*, 6, 340-345. <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/prosiding/article/download/9363/3876>
12. Marlina, E., & Gusteti Y. (2023). Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Dharmas Indonesia). *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi*, 296-309. DOI: [10.47747/jbme.v4i3.1319](https://doi.org/10.47747/jbme.v4i3.1319)
13. Nugraheni, C. A., & Rr. Indah. M. (2023). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Media Sosial, dan Jiwa Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Kajian Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 12(1), 1 - 20. <https://journal.student.uny.ac.id/kpai/article/download/22722/19183>
14. Putri, I. N., & Norida. C. S. (2023). Pengaruh Literatur Ekonomi Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Peserta Didik. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (JRPE)*, 162-176. DOI: <https://doi.org/10.21067/jrpe.v8i2.8799>
15. Putri, Y. M. D., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kreativitas, Pendidikan Kewirausahaan, dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Kota Batam. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(1), 284-303. <https://www.jurnal.ubs-usg.ac.id/index.php/joeb/article/download/128/306>
16. Rahayu, E. P., & Shanti. N. S. (2022). Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha. *Pekobis: Jurnal Pendidikan, Ekonomi, dan Bisnis*, 7(1), 12-23. DOI: <https://doi.org/10.32493/pekobis.v7i1.P12-23.20905>
17. Suratno., Farida, k., Rosmiati., & Ari. K. (2020). Pengaruh Kewirusahaan, Medi Sosial, Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirusaha Siswa/i Pada SMK Negeri 1 Kota Sungai Penuh. *Jimit Jurnal Manajemen Terapan*, 1(5), 477-490. DOI: <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i5.212>
18. Susanto. 2024. *Membangun Mental Berwirausaha*. Sumatera Barat: CV. Azka Pustaka.
19. Tinginehe, M. & Sundjari, S. (2024). Entrepreneur As A Choice Of Student Career Interests. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 2787-2881. DOI: <https://doi.org/10.37385/msej.v5i1.4284>
20. Valdez-Juárez, L. E., & Pérez-de-Lema, D. G. (2023). Creativity and the family environment, facilitators of Self Efficacy for entrepreneurial intentions in university students: Case ITSON Mexico. *The International Journal of Management Education*, 21(1), 100764. DOI: <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i5.212>
21. Wahyundari, A. A., Asri, D. N., & Trisnani, R. P. (2023). Pengaruh Self Efficacy dan Peer Support terhadap Minat Berwirausaha pada Siswa. *Journal of Health Guidance and Counseling*, 1(1), 1-6. <https://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JHGC/article/view/1974>
22. 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>
23. Wijaya, O.Y.A & Jayanderzhin, C.P (2024). Enterpreneurial Business Intention Based on Self-Efficacy, Creativity, Digital Literacy. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4768-4779. <https://journal.yrpiipku.com/index.php/msej/article/download/6334/3461/33141>