



PROBLEM SOLVING PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN KREATIFITAS UNTUK MENINGKATKAN MINAT BERWIRUSAHA PADA MAHASISWA

Enjelina Romauli Br Tambunan

Universitas Pembangunan Panca Budi
tambunanangelina@gmail.com

M. Chaerul Rizky

Universitas Pembangunan Panca Budi
mchaerulrizky@dosen.pancabudi.ac.id

***Abstract.** The use of social media should be able to help students in marketing the products being marketed so that it can make things easier for the students. Based on the observations made, it can be seen that the potential of students as potential entrepreneurs is quite large. Students generally have high enthusiasm, creativity and courage to start a business. They can also utilize the knowledge and skills acquired at college. Entrepreneurial skills and effective use of social media are very necessary so that students are able to face global competition and are better prepared to enter and participate in the business world. So there are various efforts that can increase students' creativity in solving problems. Students must understand the use of social media with other marketing strategies such as websites, email marketing, or offline sales. Students' creativity levels must be increased in order to have business ideas that have profitable potential by utilizing social media.*

***Keywords:** Critical Thinking, Problem Solving, Students*

Abstrak. Pemanfaatan media sosial harusnya dapat membantu mahasiswa dalam memasarkan produk yang dipasarkan sehingga dapat memudahkan mahasiswa tersebut. Berdasarkan pada pengamatan yang dilakukan dapat dilihat bahwa potensi mahasiswa sebagai calon wirausahawan cukup besar. Mahasiswa umumnya memiliki semangat, kreativitas, dan keberanian yang tinggi untuk memulai usaha. Mereka juga dapat memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh di bangku kuliah Kemampuan wirausaha dan pemanfaatan media sosial secara efektif sangat diperlukan agar mahasiswa mampu menghadapi persaingan global dan lebih siap untuk terjun dan berpartisipasi dalam dunia usaha. Maka berbagai upaya yang bisa meningkatkan krestifitas dalam memecahkan masalah pada mahasiswa. Mahasiswa harus memaha pemanfaatan media sosial dengan strategi pemasaran lain seperti website, email marketing, atau penjualan offline. Tingkat kreatifitas mahasiswa harus ditingkatkan agar memiliki ide bisnis yang memiliki potensi yang menguntungkan dengan memanfaatkan media sosial.

Kata Kunci: Minat Wirausaha, Media Sosial dan Kreatifitas

PENDAHULUAN

Wirausaha adalah orang yang melakukan upaya-upaya kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide, dan meramu sumber daya untuk menemukan peluang (*Opportunity*) dan perbaikan (*Preparation*) hidup . Adapun menurut (Kasmir, 2018) wirausaha adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbadai kesempatan. Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa wirausaha adalah orang yang memiliki kemampuan dalam menangkap peluang dan berani mengambil risiko menjalankan sebuah usaha dengan tujuan untuk mendapatkan sebuah keuntungan. Seorang wirausaha dituntut untuk kreatif dan inovatif. Wirausaha adalah orang yang melakukan upaya-upaya kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide, dan meramu sumber daya untuk menemukan peluang (*Opportunity*) dan perbaikan (*Preparation*) hidup (Suryana, 2018). Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa wirausaha adalah orang yang memiliki kemampuan dalam menangkap peluang dan berani mengambil risiko menjalankan sebuah usaha dengan tujuan untuk

mendapatkan sebuah keuntungan. Seorang wirausaha dituntut untuk kreatif dan inovatif.

Wirausaha menjadi salah satu sektor penting yang dapat menopang perekonomian nasional. Sektor ini mendapat perhatian dan dukungan dari pemerintah secara langsung agar masyarakat secara luas berminat untuk menjadi seorang wirausaha. Mahasiswa menjadi target bagi pemerintah untuk mendorong minat mereka menjalankan usaha agar dapat menciptakan lapangan pekerjaan. Diharapkan mahasiswa dapat menggunakan kemampuannya baik secara *hard skill* maupun *soft skill* yang diterima dari kampus untuk diaplikasikan secara nyata melalui unit usaha.

Menurut data dari Menteri Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi (Mendikbudristek), keterserapan lulusan perguruan tinggi di dunia kerja masih rendah. Angka persentase keterserapan lulusan perguruan tinggi hanya 10,18%. Orientasi mahasiswa dan mahasiswi masih tertuju pada sektor formal, sehingga ketika sektor formal lesu lulusan sarjana tidak mencoba untuk menciptakan pekerjaan sendiri pada sektor non formal atau sektor swasta.

Beberapa upaya yang dilakukan pemerintah untuk menyediakan lapangan pekerjaan dengan adanya lowongan pekerjaan sebagai calon Pegawai Negeri Sipil dan membuka lowongan di Badan Usaha Milik Negara maupun dari perusahaan swasta namun nyatanya tidak sebanding dengan jumlah lulusan mahasiswa. Dapat dijadikan bahan pemikiran, sebagaimana agar dapat menciptakan lapangan kerja baru yang bisa menampung karyawan, tidak lagi berpikir untuk mempersiapkan diri menjadi calon karyawan yang mencari pekerjaan, terutama bagi individu yang terdidik, misalnya mahasiswa.

Fenomena yang terjadi yaitu masih rendahnya minat wirausaha karena sebagian besar mahasiswa masih belum memiliki kepercayaan diri untuk berminat menjadi seorang wirausaha dan membuka lapangan pekerjaan melalui unit usahanya. Minat untuk berwirausaha di kalangan mahasiswa akan menjadi hal yang sangat menarik untuk dibahas, dikarenakan hal tersebut sangat bermanfaat bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia.

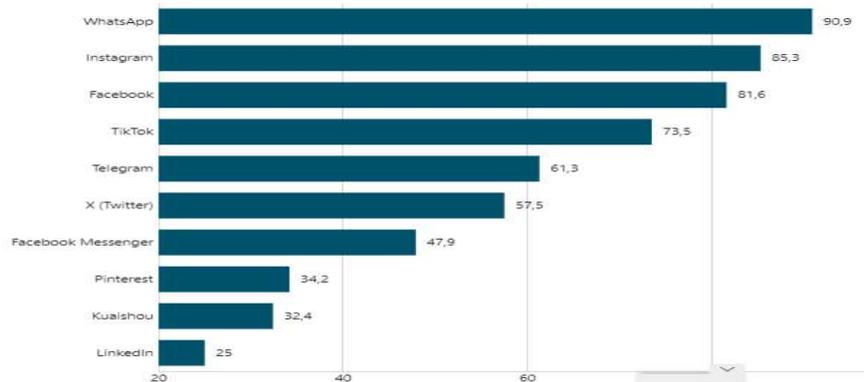
Setiap tahunnya banyak lulusan perguruan tinggi mahasiswa yang lulus dan ingin bekerja atau mendapatkan pekerjaan. Mereka mencoba menjadi karyawan di sebuah instansi yang dirasa sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya. Hanya sedikit yang berfikir untuk menciptakan lapangan pekerjaan. Mereka menjadi karyawan, pegawai, buruh atau menjual tenaganya sekedar mengharapkan imbalan jasa. Hal ini lah yang menyebabkan adanya *gap* antara ketersediaan lapangan kerja dengan jumlah lulusan sarjana yang membutuhkan pekerjaan. Fenomena rendahnya minat mahasiswa berwirausaha harus mendapatkan perhatian bagi akademisi terutama pihak kampus untuk menciptakan lulusan yang memiliki kemampuan untuk menjadi seorang wirausahawan yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat luas.

Minat berwirausaha mahasiswa rendah karena besarnya faktor risiko gagal. Hal ini dilihat dari banyaknya pelaku usaha gulung tikar sehingga menyebabkan minat mahasiswa untuk membuka usaha menjadi rendah. Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya dan menciptakan usaha baru tanpa merasa takut dengan risiko yang akan terjadi serta senantiasa belajar dari kegagalan dalam berwirausaha (Sutanto, 2018). Berdasarkan pada jurnal yang diteliti oleh (Istiqomah, 2021) bahwasannya pengetahuan *social media* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha.

Social media memberikan terobosan untuk merubah pola pikir dilingkungan mahasiswa untuk berwirausaha bisa memperkecil resiko untuk gagal dan mempermudah untuk memasarkan produk lebih luas tanpa biaya yang sangat tinggi. Untuk menjadi wirausaha yang sukses mahasiswa harus bisa memperluas jaringan yang luas untuk lebih berkomunikasi dengan yang

PROBLEM SOLVING PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN KREATIFITAS UNTUK MENINGKATKAN MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA

lain (Kartajaya, 2016) dengan cara menggunakan internet. Dikarenakan peran *social media* semakin diakui dalam mendongkrak kinerja dalam dunia bisnis.



Gambar 1 Aplikasi Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai di Indonesia (Januari 2024)

Sumber : databoks (2024)

Berdasarkan pada data perilaku pengguna media sosial di Indonesia di tahun 2024 90,9% nya adalah pengguna media sosial whatsapp, pengguna media sosial instagram mencapai 85,3% dan facebook menempati posisi ketiga dengan capaian pengguna 81,6%.

Perkembangan penggunaan internet ini khususnya pada *social media* harusnya menjadi potensi untuk mengalihkan strategi berpromosi melalui *social media* dapat secara otomatis melihat antusiasme *customer* melalui *insight* yang telah terdata secara otomatis pada *social media* yang di gunakan.

Perkembangan penggunaan internet ini khususnya pada *social media* harusnya menjadi potensi untuk mengalihkan strategi berpromosi melalui *social media* dapat secara otomatis melihat antusiasme *customer* melalui *insight* yang telah terdata secara otomatis pada *social media* yang di gunakan. Di Indonesia, *digital marketing* sudah sangat berkembang mengingat penggunaan internet di Indonesia yang semakin meningkat. Dengan adanya social media diharapkan mahasiswa terbantuan dalam hal promosi produk yang ditawarkan secara online sehingga kegiatan promosi menjadi lebih efektif dan efisien. Akan tetapi masih banyak mahasiswa yang belum mampu menggunakan *social media* secara maksimal dalam hal melakukan kegiatan promosi produknya pada konsumen karena keterbatasan kemampuan mereka. Hal ini tentunya menjadi penghambat minat mahasiswa berwirausaha.

Dalam hal berwirausaha seseorang dituntut memiliki kreativitas dalam dirinya. Kreativitas merupakan kemampuan umum untuk menciptakan sesuatu yang baru, sebagai kemampuan untuk gagasan yang baru yang dapat diterapkan sebagai pemecahan masalah atau sebagai kemampuan untuk melihat hubungan-hubungan baru atas unsur-unsur yang sudah ada (Munandar, 2011). Kreativitas merupakan suatu topik yang relevan tidak hanya bagi wirausaha yang baru memulai, tetapi juga bagi bisnis dan kegiatan bisnis pada umumnya.

Kreativitas akan muncul apabila wirausaha melihat sesuatu yang telah dianggap lama dan berpikir sesuatu yang baru dan berbeda. (Suryana, 2018). Untuk menjadi seorang wirausaha diperlukan adanya kreativitas dalam mengeluarkan idenya agar dalam berwirausaha dapat bersaing dengan *competitor* yang mengeluarkan produk ataupun jasa yang sama, seperti pendapat dari (Suryana, 2018) yang mengatakan bahwa orang kreatif adalah orang yang selalu berpikir tentang kebaruan, perbedaan, kegunaan, dan dapat dimengerti.

Bagi wirausahawan, ide, mimpi-mimpi, dan gagasan saja tidak cukup, tetapi harus ada tindak lanjut atau usaha untuk menambah nilai-nilai tambah baru. Berdasarkan pada hasil observasi yang dilakukan peneliti pada beberapa mahasiswa mereka beranggapan bahwa kesulitan untuk mengembangkan ide baru pada bisnis yang akan ditekuni karena sudah banyaknya bisnis yang sama. Hal ini menunjukkan masih rendahnya kreatifitas mahasiswa untuk membuat suatu inovasi pada ide usaha baru menjadi penyebab rendahnya minat mahasiswa menjadi seorang wira usaha. Artikel ini menjadi menarik karena peneliti melihat fenomena masalah masih rendahnya minat mahasiswa menjadi seorang wira usaha padahal wira usaha merupakan faktor penting sebagai penggerak perekonomian masyarakat karena dapat membuka lapangan pekerjaan dan sebagai solusi untuk mengatasi masalah keterbatasan lapangan pekerjaan

KAJIAN TEORI

Minat Wirausaha

Wirausaha merupakan komponen penting dalam prekonomian suatu Negara. Menurut (Suryana, 2018) wirausaha adalah seseorang yang memiliki kemampuan dalam menggunakan dan mengombinasikan sumber daya seperti keuangan, material, tenaga kerja, keterampilan untuk menghasilkan produk, proses produksi, bisnis, dan organisasi usaha baru. Menurut (Alma, 2018) minat berwirausaha adalah perubahan sikap dan pandangan generasi muda calon intelektual bangsa kita dan perubahan sikap orang tua yang menyenangkan dan mengizinkan putra-putrinya untuk terjun ke bidang bisnis para remaja banyak mengatakan bahwa mereka sangat menyenangkan kegiatan bisnis. Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya dan menciptakan usaha baru tanpa merasa takut dengan risiko yang akan terjadi serta senantiasa belajar dari kegagalan dalam berwirausaha (Sutanto, 2018).

Menurut (Alma, 2018) faktor pendorong berwirausaha antara lain:

1. Faktor personal, merupakan faktor yang menyangkut aspek dari dalam individu seseorang
2. Faktor *Environment* merupakan hubungan yang menyangkut dengan lingkungan masyarakat.
3. Faktor *sociological* merupakan faktor yang menyangkut masalah dengan hubungan keluarga (Sutanto, 2018) indikator minat berwirausaha ada empat yaitu ::
 1. Perasaan senang
 2. Keterikatan
 3. Perhatian
 4. Keterlibatan

Media Sosial

Media sosial menurut (Koter & Keller, 2016), merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran media sosial semakin diakui dalam mendongkrak kinerja bisnis. Media sosial memungkinkan bisnis kecil dapat mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk dan jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik.

Media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi. Media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun

PROBLEM SOLVING PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN KREATIFITAS UNTUK MENINGKATKAN MINAT BERWIRUSAHA PADA MAHASISWA

komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.

Penggunaan atau pemanfaatan media sosial sebagai berikut:

1. Keunggulan membangun personal branding melalui social media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audiens lah yang akan menentukan. Berbagai media sosial dapat menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi, bahkan mendapatkan popularitas di media sosial.
2. Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial para pemasar dapat mengetahui kebiasaan konsumen mereka dan melakukan interaksi secara personal serta membangun keterikatan yang lebih dalam.

Jika sebuah merek/produk akan diluncurkan, maka media sosial digunakan untuk menyebarkan informasi yang sifatnya membuat teman atau pengikutnya menjadi penasaran. Ekarang ini banyak situs-situs yang melakukan penjualan barang dan jasa lewat media sosial, salah satunya adalah menggunakan Instagram (Koter & Keller, 2016). Instagram menjadi media sosial yang banyak sekali peluang untuk berbisnis para penggunanya. Bisa dimanfaatkan sebagai media komunikasi pemasaran, melalui share foto-foto produk penjual, dan memiliki banyak follower Instagram memudahkan untuk konsumen melihat produk yang di jual dan dapat langsung memberi komentar dibawah foto yang diminati.

menyatakan indikator dari sebuah social media yaitu

1. Partisipasi.
Media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik (*feedback*) dari setiap orang yang tertarik.
2. Keterbukaan.
Hampir semua pelayan social media terbuka untuk umpan balik (*feed back*) dan partisipasi. Mendorong untuk melakukan pemilihan, berkomentar, dan berbagi informasi.
3. Percakapan.
Komunikasi yang terjalin antara dua arah, dan dapat didistribusikan ke khalayak tentunya melalui social media tersebut.
4. Komunikasi.
Social media memberi peluang komunitas terbentuk dengan cepat dan berkomunikasi secara efektif. Komunitas saling berbagi minat yang sama, misalnya fotografi, isu-isu politik atau program televisi dan radio favorit.
5. Saling Terhubung.
Hampir semua social media berhasil pada saling keterhubung, membuat link pada situs-situs, sumber sumber lain dan orang-orang.
6. Keterampilan siswa menggunakan media sosial
Untuk menjadi wirausaha yang sukses mahasiswa harus bisa memperluas jaringan yang luas untuk lebih berkomunikasi dengan yang lain.

Kreativitas

Menurut Suryana (Suryana, 2018) kreativitas adalah kemampuan mengembangkan ide dan cara- cara baru dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang. Sesuatu yang baru dan berbeda yang diciptakan melalui proses berpikir kreatif merupakan nilai tambah yang akan menjadi keunggulan. Keunggulan inilah yang menjadi daya saing yang diciptakan oleh para wirausaha. Dengan kata lain, nilai tambah yang tercipta adalah sumber peluang bagi wirausaha.

Kreativitas akan muncul apabila wirausaha melihat sesuatu yang telah dianggap lama dan berpikir sesuatu yang baru dan berbeda. Menurut (Zimmerer, 2012) Kreativitas merupakan kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang. Ada dua aspek penting pada kreativitas yaitu proses dan manusia. Proses yang berorientasi tujuan, yang didesain untuk mencapai solusi suatu problem. Manusia merupakan sumber daya yang menentukan solusi. Proses tetap sama, namun pendekatan yang digunakan dapat bervariasi. Misalnya, pada suatu problem mereka mengadaptasikan suatu solusi. Menurut (Hendro, 2011) Kreativitas muncul dari orang yang sering menggunakan otak kanannya karena kecenderungannya untuk ingin berpikir, terampil, berorientasi yang berbeda dari orang lain.

Menurut (Machfoedz, 2015) pengetahuan tentang kreativitas ditunjukkan dengan 4P, yaitu orang kreatif (*creative person*), proses yang kreatif (*creative process*), produk yang kreatif (*creative product*), dan lingkungan yang kreatif (*creative place*).

1. Orang yang kreatif (*creative person*)

Cara berpikir divergen adalah penting dalam berlaku kreatif, artinya terdapat suatu fleksibilitas dalam memodifikasi informasi dan kemudian memungkinkan individu untuk meninggalkan pola pikir tradisional ke pola pikir lateral.

2. Proses yang kreatif (*creative process*)

Proses kreatif terjadi pada dua tingkat. Pertama, proses yang terjadi dalam kepala orang tersebut, dan tingkat kedua adalah proses kreatif pada kelompok individu

3. Produk yang kreatif (*creative product*)

Ada 5 atribut untuk produk yang kreatif, yaitu keaslian (tingkat kebaruan produk), kemungkinan bisa direalisasikan, tingkat transformasi suatu produk, dan tingkat konsentari (jumlah konsep yang diperlukan dalam menghasilkan produk tersebut). Kelayakan produk menyangkut aspek kualitas ide (sejauh mana produk memenuhi persyaratan yang diinginkan), dan sifat mampu manufaktur.

4. Lingkungan yang kreatif (*creative place*) Berbagai kondisi yang mendukung cara berpikir kreatif juga secara positif mempengaruhi tingkat inovasi.

Menurut (Suryana, 2018) indikator yang mendeskripsikan kreatifitas berwira usaha yaitu:

1. Keingintahuan mencoba produk baru.
2. Selalu berpikir positif dalam menjalankan bisnis.
3. Pantang menyerah menghadapi setiap situasi
4. Mampu beradaptasi dengan berbagai situasi.
5. Tenang dalam menyelesaikan masalah
6. Menciptakan ide baru untuk dijadikan peluang.
7. Mencetuskan banyak gagasan dan penyelesaian masalah.

Masalah

Masalah yang dihadapi mahasiswa yaitu rendahnya minat berwirausaha yang disebabkan karena sebagai mahasiswa umumnya masih minim pengalaman menjalankan bisnis secara profesional. Pengetahuan terkait aspek-aspek penting dalam berwirausaha, seperti manajemen keuangan, pemasaran, operasional, dan sebagainya masih terbatas. Sebagian mahasiswa masih kurang memahami bagaimana memanfaatkan media sosial secara efektif untuk aktivitas pemasaran dan penjualan. Mereka belum menguasai teknik-teknik optimalisasi konten, penggunaan hashtag, interaksi dengan followers, dan sebagainya. Keterbatasan kemampuan

PROBLEM SOLVING PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN KREATIFITAS UNTUK MENINGKATKAN MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA

konten kreatif seperti membuat konten visual, video, atau tulisan yang menarik dan kreatif di media sosial membutuhkan keahlian khusus.

Mahasiswa seringkali kesulitan memproduksi konten yang dapat menarik minat dan engagement dari calon pelanggan. Modal awal yang dimiliki mahasiswa biasanya terbatas, terutama bagi mereka yang berasal dari keluarga dengan ekonomi menengah ke bawah. Akses untuk mendapatkan pinjaman atau pendanaan eksternal juga sulit diperoleh karena kurangnya jaminan dan riwayat kredit. Mahasiswa umumnya masih memiliki lingkaran pertemanan yang terbatas dalam dunia bisnis. Mahasiswa mengalami kesulitan dalam mendapatkan bimbingan atau mentoring dari pelaku usaha yang berpengalaman.

Berdasarkan pada hasil observasi yang dilakukan peneliti pada beberapa mahasiswa mereka beranggapan bahwa kesulitan untuk mengembangkan ide baru pada bisnis yang akan ditekuni karena sudah banyaknya bisnis yang sama. Hal ini menunjukkan masih rendahnya kreatifitas mahasiswa untuk membuat suatu inovasi pada ide usaha baru menjadi penyebab rendahnya minat mahasiswa menjadi seorang wira usaha

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (library research), yaitu serangkaian penelitian yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, atau penelitian yang obyek penelitiannya digali melalui beragam informasi kepustakaan (buku, ensiklopedi, jurnal ilmiah, koran, majalah, dan dokumen) (Arikunto, 2019). Penelitian kepustakaan atau kajian literatur (literature review, literature research) merupakan penelitian yang mengkaji atau meninjau secara kritis pengetahuan, gagasan, atau temuan yang terdapat di dalam tubuh literatur berorientasi akademik (academic-oriented literature), serta merumuskan kontribusi teoritis dan metodologisnya untuk topik tertentu. Fokus penelitian kepustakaan adalah menemukan berbagai teori, hukum, dalil, prinsip, atau gagasan yang digunakan untuk menganalisis dan memecahkan pertanyaan penelitian yang dirumuskan. Adapun sifat dari penelitian ini adalah analisis deskriptif, yakni penguraian secara teratur data yang telah diperoleh, kemudian diberikan pemahaman dan penjelasan agar dapat dipahami dengan baik oleh pembaca.

Problem Solving (Pemecahan Masalah)

Kampus harus menyediakan kurikulum dan pembelajaran kewirausahaan harus mencakup modul khusus mengenai pemasaran digital dan optimalisasi media sosial. Mahasiswa perlu dibekali pengetahuan dan keterampilan praktis dalam membuat konten yang menarik, mengelola akun media sosial, serta strategi pemasaran digital. Perguruan tinggi dapat bekerja sama dengan praktisi atau pakar digital marketing untuk memberikan pelatihan dan mentoring bagi mahasiswa wirausaha.

Pelatihan dapat mencakup pembuatan konten kreatif, pengelolaan media sosial, pemanfaatan fitur-fitur iklan, serta strategi pemasaran digital yang efektif. Salah satu kendala mahasiswa adalah keterbatasan modal untuk beriklan di media sosial secara optimal maka perguruan tinggi dapat menyediakan skema pendanaan khusus bagi mahasiswa wirausaha untuk mengakses layanan iklan berbayar di media sosial. Mengembangkan komunitas kewirausahaan di lingkungan kampus dapat menjadi wadah berbagi pengetahuan dan pengalaman. Hal ini dapat membantu mahasiswa untuk lebih fokus dan konsisten dalam mengelola media sosial untuk kepentingan bisnisnya.

Untuk mengatasi permasalahan terkait penggunaan media sosial, pebisnis pemula dapat melakukan beberapa strategi, seperti:

1. Lakukan riset dan analisis mendalam tentang target pasar, preferensi, dan perilaku konsumen di media sosial.
2. Pahami tren konten, platform, serta fitur media sosial yang paling diminati dan efektif untuk menjangkau konsumen.
3. Ciptakan konten yang relevan, unik, dan bernilai bagi target audiens di media sosial.
4. Variasikan jenis konten seperti posting, video, infografis, atau live streaming untuk menarik perhatian.

Untuk mengatasi permasalahan terkait tingkat kreativitas, pebisnis pemula dapat melakukan beberapa strategi, seperti:

1. Menggunakan platform kolaborasi digital untuk berbagi ide dan bekerja bersama
2. Menerapkan teknik visualisasi seperti mind mapping, sketching, atau storyboarding.
3. Mencoba pendekatan inovatif seperti design thinking atau lean startup.

Discussion

Berdasarkan pada hasil observasi yang dilakukan peneliti pada beberapa mahasiswa mereka beranggapan bahwa kesulitan untuk mengembangkan ide baru pada bisnis yang akan ditekuni karena sudah banyaknya bisnis yang sama. Hal ini menunjukkan masih rendahnya kreatifitas mahasiswa untuk membuat suatu inovasi pada ide usaha baru menjadi penyebab rendahnya minat mahasiswa menjadi seorang wira usaha. Pemanfaatan media sosial harusnya dapat membantu mahasiswa dalam memasarkan produk yang dipasarkan sehingga dapat memudahkan mahasiswa tersebut. Berdasarkan pada pengamatan yang dilakukan dapat dilihat bahwa potensi mahasiswa sebagai calon wirausahawan cukup besar. Mahasiswa umumnya memiliki semangat, kreativitas, dan keberanian yang tinggi untuk memulai usaha. Mereka juga dapat memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh di bangku kuliah

PEMBAHASAN

Berdasarkan pada hasil observasi yang dilakukan peneliti pada beberapa mahasiswa mereka beranggapan bahwa kesulitan untuk mengembangkan ide baru pada bisnis yang akan ditekuni karena sudah banyaknya bisnis yang sama. Hal ini menunjukkan masih rendahnya kreatifitas mahasiswa untuk membuat suatu inovasi pada ide usaha baru menjadi penyebab rendahnya minat mahasiswa menjadi seorang wira usaha. Pemanfaatan media sosial harusnya dapat membantu mahasiswa dalam memasarkan produk yang dipasarkan sehingga dapat memudahkan mahasiswa tersebut. Berdasarkan pada pengamatan yang dilakukan dapat dilihat bahwa potensi mahasiswa sebagai calon wirausahawan cukup besar. Mahasiswa umumnya memiliki semangat, kreativitas, dan keberanian yang tinggi untuk memulai usaha. Mereka juga dapat memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh di bangku kuliah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kemampuan wirausaha dan pemanfaatan media sosial secara efektif sangat diperlukan agar mahasiswa mampu menghadapi persaingan global dan lebih siap untuk terjun dan berpartisipasi dalam dunia usaha. Maka berbagai upaya yang bisa meningkatkan kreatifitas dalam memecahkan masalah pada mahasiswa. Mahasiswa harus memaha pemanfaatan media sosial dengan strategi pemasaran lain seperti website, email marketing, atau penjualan offline. Tingkat kreatifitas mahasiswa harus ditingkatkan agar memiliki ide bisnis yang memiliki potensi yang menguntungkan dengan memanfaatkan media sosial.

**PROBLEM SOLVING PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN KREATIFITAS UNTUK
MENINGKATKAN MINAT BERWIRSAUSAHA PADA MAHASISWA**

DAFTAR PUSTAKA

- Alma. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Hendro. (2011). *Dasar-dasar Kewirausahaan Panduan bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis*. Erlangga.
- Istiqomah. (2021). Pengaruh Pengetahuan Digital Marketing Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal Socia Academia*.
- Kartajaya, H. (2016). *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. PT Gramedia Pustaka.
- Kasmir. (2018). *Kewirausahaan*. , PT Raja Grafindo Persada.
- Koter, & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Machfoedz. (2015). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cakra Ilmu.
- Munandar. (2011). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Rineka Cipta.
- Suryana. (2018). *Kewirausahaan*. Salemba Empat.
- Sutanto. (2018). *Kewirausahaan*. Ghalia Indonesia.
- Zimmerer, T. (2012). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, Edisi Kelima*. Salemba Empat