

## **Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Kota Malang**

**Dwi Putri Al Vina Damayanti <sup>\*)</sup>**

**M. Agus Salim <sup>\*\*)</sup>**

**Restu Millaningtyas <sup>\*\*\*)</sup>**

**Email : [dwiputrialvinadamayanti1@gmail.com](mailto:dwiputrialvinadamayanti1@gmail.com)**

Universitas Islam Malang

### ***Abstract***

*This research aims to understand and analyze the influence of entrepreneurial knowledge, creativity and use of social media on entrepreneurial interest among students in the city of Malang. The variables used in this research are entrepreneurial knowledge, creativity, and the use of social media on entrepreneurial interest. This research method uses multiple linear regression analysis using the SPSS program. The results of this research are that entrepreneurial knowledge, creativity, and the use of social media simultaneously influence entrepreneurial interest. Partially, the entrepreneurial knowledge variable has a significant effect on interest in entrepreneurship, the creativity variable has no significant effect on interest in entrepreneurship, and the social media use variable has a significant effect on interest in entrepreneurship..*

**Keywords** : *Entrepreneurship Knowledge, Creativity, Use of Social Media, Interest in Entrepreneurship*

### **Pendahuluan**

Di jaman modern dan serba digital sekarang ini banyak sekali macam pekerjaan yang dapat dilakukan oleh masyarakat, tidak terkecuali menjadi wirausaha. Semakin berkembang suatu negara, maka semakin banyak adanya masyarakat kreatif, dan makin banyak juga orang yang membutuhkan pekerjaan. Pengangguran menjadi permasalahan serius di Indonesia yang masih sulit diatasi, dikarenakan persaingan mencari kerja semakin kompetitif sementara lapangan pekerjaan yang ditawarkan juga terbatas. Di Indonesia wirausaha menjadi salah satu penopang stabilitas ekonomi Negara, menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2023), jumlah pengangguran di Indonesia mencapai 7,86 juta orang pada Agustus 2023. Jumlah ini berkurang sekitar 560 ribu orang atau 6,77% dibanding Agustus 2022. Jumlah pengangguran di Indonesia cenderung menurun dalam tiga tahun terakhir, semenjak mencapai puncak tertinggi di awal pandemi Covid-19. Pada Agustus 2019, jumlah pengangguran di Indonesia sempat mencapai angka 9,77 juta orang. Adapun tingkat pengangguran terbuka (TPT) pada Agustus 2023 mencapai 5,32%, turun dibanding Agustus tahun lalu yang masih 5,86%.

Berdasarkan data BPS 2023 tersebut wirausaha di Indonesia masih tergolong rendah, Hal ini dikarenakan kalangan berpendidikan cenderung kurang tertarik untuk berwirausaha. Sebagian besar orang yang berpendidikan lebih memikirkan untuk mencari pekerjaan dari pada menjadi seorang wirausahawan atau pencipta lapangan pekerjaan. Rendahnya minat generasi muda sekarang dalam berwirausaha menjadi perhatian penting dari berbagai kalangan mulai dari pemerintah, lembaga pendidikan, industri, dan masyarakat Tumanggor (2023).

Sudut pandang pada mahasiswa saat ini umumnya masih berorientasi menjadi seorang pekerja seperti menjadi pegawai negeri atau karyawan swasta, jika dilihat jumlah lapangan pekerjaan baik di swasta maupun negeri sangat terbatas dibandingkan dengan jumlah angka kerja yang ada. Kebanyakan

mahasiswa masih beranggapan bahwa profesi wirausaha merupakan profesi yang kurang menjanjikan untuk masa depan karena ketidakstabilan dalam hal pendapatan. Pemikiran seperti itu seharusnya segera diatasi agar para mahasiswa lebih dominan untuk berusaha menjadi pencipta lapangan pekerjaan (*job creator*) bukan menjadi pencari kerja baru (*job seeker*). Pada dasarnya ada tiga pilihan yang akan dialami oleh lulusan perguruan tinggi. Pertama, pengangguran, karena sengitnya persaingan dalam mencari pekerjaan. Kedua, menjadi pegawai negeri atau karyawan swasta. Ketiga, menjadi wirausahawan membuka usaha sendiri dengan pengetahuan dan teknologi yang telah didapatkan di perguruan tinggi, serta merekrut masyarakat yang sedang mencari pekerjaan Siswadi, (2023).

Fenomena di atas seharusnya dapat dijadikan bahan pemikiran, bagaimana agar dapat menciptakan lapangan kerja baru yang dapat menampung karyawan tidak lagi berpikir untuk mempersiapkan diri menjadi calon karyawan yang mencari pekerjaan, terutama bagi mahasiswa karena diharapkan mampu menjadi penggerak perekonomian dengan menanamkan jiwa kewirausahaan. Bagi mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan hendaknya berani untuk menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dengan memanfaatkan pengetahuan yang dimilikinya sesuai dengan bidang masing-masing. Pengangguran dan kemiskinan dapat berkurang apabila mahasiswa mempunyai minat untuk menciptakan lapangan pekerjaan sendiri yaitu dengan bekerja sesuai keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki, tidak mengandalkan untuk mendapatkan pekerjaan dari orang lain atau bekerja pada instansi pemerintah.

## **Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis**

### **Minat Berwirausaha**

Nikolaus dkk (2021) minat merupakan suatu perasaan senang dan rasa ketertarikan pada suatu aktivitas atau suatu hal dari dorongan diri sendiri atau tanpa suruhan orang lain. Suatu minat dapat diperlihatkan dengan bentuk partisipasi dalam suatu kegiatan, dapat pula dengan pilihan seseorang yang lebih menyukai suatu hal daripada hal lainnya. Menurut Sari (2021) indikator minat berwirausaha sebagai berikut: (1) Berani mengambil risiko (2) Keinginan mempelajari (3) Kemampuan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup (4) Perasaan senang (5) Bekerja keras.

### **Pengetahuan Kewirausahaan**

Muhammad Anwar (2017) kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Pengertian ini mengandung maksud bahwa seorang wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan suatu hal baru, berbeda dari yang lain, atau mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya. Flora Puspitaningsih (2014) menyatakan bahwa ada tiga indikator pengetahuan kewirausahaan: (1) Pengetahuan dasar kewirausahaan (2) Pengetahuan ide dan peluang usaha (3) Pengetahuan tentang aspek usaha.

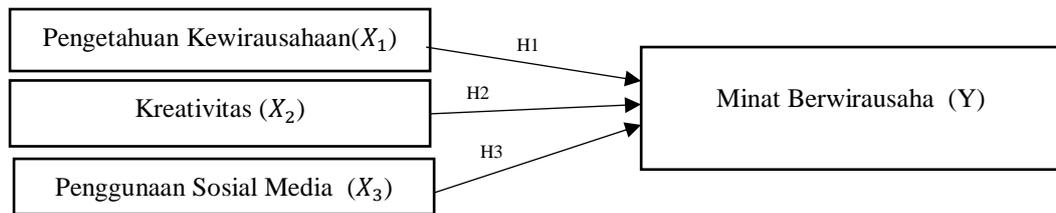
### **Kreativitas**

Sufyati (2021), Kreativitas adalah kekuatan untuk menghubungkan sesuatu yang tampaknya tidak berhubungan. Kreativitas merupakan kemampuan untuk mengembangkan gagasan-gagasan baru untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang. *'Think to do something different'* Dapat diartikan seorang wirausahawan memiliki pemikiran berbeda, karena berbeda maka ada sesuatu yang tidak ada pada orang kebanyakannya. Melainkan terdapat sisi keunikan yang dirasa dapat dijual. Dan sebuah produk akan dibeli jika mengandung nilai keunikan, dan keunikan itu akan diperoleh dengan membangun kreativitas. Susanto, (2016:102) mengungkapkan indikator kreatif sebagai berikut: (1) Memiliki rasa ingin tahu yang tinggi (2) Dapat bekerja sendiri (3) Memberikan gagasan dan usul terhadap suatu masalah (4) Dapat mengembangkan atau merinci suatu gagasan.

### **Penggunaan Media Sosial**

Willy Cahyadi (2022) pada media sosial, wirausaha juga dapat menemukan ide kreatif yang sangat berguna untuk usaha. Banyak inovasi-inovasi baru yang bermunculan di media sosial. Tak jarang pula wirausaha dapat menemukan berbagai tips dan trik menarik melalui konten-konten yang

terdapat pada media sosial. Semakin sering wirausahawan memanfaatkan media sosial untuk menggali ide dan wawasan berwirausaha, maka semakin banyak pula inovasi-inovasi yang didapatkan. Menurut Sahroh, (2018) indikator tingkat penggunaan media sosial: (1) Sarana komunikasi (2) Pemanfaatan.



**Gambar 1.** Model Penelitian

### Hipotesis

H1 : Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

H2 : Kreativitas berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

H3 : Penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Universitas Kota Malang. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa di kota Malang yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti yaitu teknik random sampling, kemudian dihitung dengan menggunakan rumus maholtra dan memperoleh hasil sebanyak 80 responden. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan penggunaan media sosial sebagai variabel independen dan minat berwirausaha sebagai variabel dependen. Pengukuran penyebaran kuesioner menggunakan skala *likert*, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda, dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 24 for Windows.

### Hasil Penelitian Dan Pembahasan

#### Uji Instrumen

#### Uji Validitas dan Reliabilitas

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Instrumen	R hitung	R tabel	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	X1.1	0.789	0.2199	Valid	0.825	Reliabel
	X1.2	0.801	0.2199	Valid		
	X1.3	0.854	0.2199	Valid		
	X1.4	0.799	0.2199	Valid		
Kreativitas (X2)	X2.1	0.776	0.2199	Valid	0.748	Reliabel
	X2.2	0.771	0.2199	Valid		
	X2.3	0.826	0.2199	Valid		
	X2.4	0.672	0.2199	Valid		
Penggunaan Media Sosial (X3)	X3.1	0.774	0.2199	Valid	0.686	Reliabel
	X3.2	0.802	0.2199	Valid		
	X3.3	0.726	0.2199	Valid		
	X3.4	0.645	0.2199	Valid		
Minat Berwirausaha	Y1.1	0.805	0.2199	Valid	0.754	Reliabel
	Y1.2	0.789	0.2199	Valid		
	Y1.3	0.812	0.2199	Valid		
	Y1.4	0.632	0.2199	Valid		

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai R hitung > R tabel (0.2199). sehingga setiap item pernyataan dari instrumen penelitian pada variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1), Kreativitas (X2), Penggunaan Media Sosial (X3), dan Minat Berwirausaha (Y) dapat dikatakan

valid. Dan uji reliabilitas dapat diketahui bahwa setiap variabel memiliki nilai cronbach's Alpha > 0,60. Hal ini data disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini bersifat reliabel.

### Uji Normalitas

**Tabel 2 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.37479876
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.079
	Negative	-.052
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan tabel 2 Hasil uji normalitas diperoleh nilai *kolmogorov-smirnov* sebesar 0,200, maka dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi ini berdistribusi normal karena memiliki *kolmogorov-smirnov* dengan melihat nilai *Asymp sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05.

### Uji Asumsi Klasik Uji Multikolinieritas

**Tabel 3 Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0.577	1.733	Bebas Multikolinieritas
X2	0.603	1.659	Bebas Multikolinieritas
X3	0.832	1.201	Bebas Multikolinieritas

Berdasarkan tabel 4.11 Hasil uji multikolinieritas dapat diketahui masing-masing variabel menunjukkan nilai *Tolerance* yang lebih dari 0.1 dan nilai VIF yang lebih dari 10. Oleh karena itu, penelitian ini terbebas dari multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Correlations			
			Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	0.050
		Sig. (2-tailed)	0.658
		N	80
	X2	Correlation Coefficient	0.105
		Sig. (2-tailed)	0.354
		N	80
	X3	Correlation Coefficient	-0.014
		Sig. (2-tailed)	0.901
		N	80
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	80

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4 dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen mempunyai nilai *sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05, sehingga dipastikan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

## Uji t

**Tabel 5 Hasil Uji t**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients		
		B		Beta		
1	(Constant)	3.341	1.744		1.916	.059
	Pengetahuan_Kewirausahaan	.402	.097	.439	4.132	.000
	Kreativitas	.151	.087	.180	1.736	.087
	Media_Sosial	.270	.095	.253	2.857	.006

a. Dependent Variable: Minat\_berwirausaha

### 1) Pengetahuan Kewirausahaan

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4.132 dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

### 2) Kreativitas

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel kreativitas menunjukkan  $t_{hitung}$  sebesar 1.736 dan nilai signifikan 0.087 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa kreativitas tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

### 3) Penggunaan Media Sosial

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel penggunaan media sosial menunjukkan  $t_{hitung}$  sebesar 2.857 dan nilai signifikan 0.006 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

## Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 6 Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711 <sup>a</sup>	0.505	0.486	1.40167

a. Predictors: (Constant), Media\_Sosial, Kreativitas, Pengetahuan\_Kewirausahaan

Berdasarkan tabel 4.15, bisa dilihat bahwa diketahui nilai *Adjusted R square* sebesar 0.486% atau persentase sebesar 48,6% artinya seluruh variabel independen yaitu pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan penggunaan media sosial memiliki kontribusi bersama sebesar 48,6% terhadap variabel dependen yaitu minat berwirausaha. Dan nilai sisa sebesar 51,4 % dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk didalam penelitian ini.

## Implikasi

### Pengetahuan Kewirausahaan Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Bahwa mahasiswa berminat berwirausaha karena belajar atau memiliki rasa tanggung jawab untuk berwirausaha, dan juga pengetahuan kewirausahaan mendorong mereka untuk menguji kemampuan dalam berwirausaha. Pulu Ika Wahyuni, dkk (2022) meyakini pengetahuan kewirausahaan merupakan kegiatan serta kemampuan setiap individu untuk memperoleh pemahaman yang memiliki pengetahuan untuk mendapatkan solusi dari permasalahan tersebut serta dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Kewirausahaan adalah ilmu tentang peluang uaha yang terungkap dalam tindakan yang membuahkan hasil berupa organisasi usaha yang produktif dan inovatif. Hal ini dapat diperoleh melalui mata kuliah kewirausahaan yang diajarkan di perguruan tinggi yang akan dibekali pengetahuan dalam teori kewirausahaan.

### Kreativitas Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kreativitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Bahwa mahasiswa dalam pengambilan keputusan lebih bergantung pada orang

lain, dan juga mahasiswa belum bisa memecahkan masalah jika terdapat risiko pada usaha mereka. Rusdiana (2022), kreativitas merupakan kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang. Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan suatu hal baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.

Untuk itu mengapa entrepreneur sangat membutuhkan sosok yang mempunyai kreativitas, karena mampu menjadi sumber inovasi yang terus menerus. Kewirausahaan erat kaitannya dengan kreativitas, pada intinya kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang untuk menciptakan sesuatu hal yang baru atau ide baru melalui pola pikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang.

### **Penggunaan Media Sosial Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha**

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Bahwa mahasiswa berminat berwirausaha karena media sosial memudahkan akses dalam berwirausaha, dan media sosial tempat pemasaran terbaik dalam mempromosikan produk.

Beandicta Prabawanti (2019) media sosial merupakan salah satu strategi *marketing* yang baik untuk memasarkan produk atau membuat konten dan dapat membawa banyak pengunjung ke *website* atau *blog* usaha sosial. Tetapi, membuat konten kadang tidak semudah yang diduga. Perlu kreativitas. Oleh karena itu, jangan malu dan bosan untuk terus berkreasi. Selain kreativitas, dibutuhkan kesabaran dan juga waktu untuk merencangnya. Meskipun tidak mudah, seorang wirausahawan sosial perlu menggunakan strategi pemasaran digital untuk mengembangkan usaha sosialnya. Efektivitas dan efisiensi, kemungkinan besar akan bisa diraih dengan menggunakan strategi pemasaran digital yang tepat.

### **Simpulan Dan Saran**

Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial berpengaruh signifikan dan kreativitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Penelitian selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi sebagai bahan perbandingan dan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya agar menggunakan variabel lain yang berbeda, yang tentunya dapat mempengaruhi minat berwirausaha serta dapat menambahkan jumlah sampel penelitian sehingga memberikan hasil penelitian yang baik lagi.

### **Referensi**

- Benedicta Evienia Prabawati, Susy Y.R. Sanie Herman. *SUKSES MEMBANGUN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL*. (2019). Unika Atma Jaya Jakarta.
- Flora Puspitaningsih. 2014. “Pengaruh Efikasi Diri dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi” : 282.
- Muhammad Anwar H.M. Pengantar Kewirausahaan Teori Dan Aplikasi. (2017). Kencana.
- Nikolaus Anggal, Wilfridus Samdrigawijaya, Zakeus Daeng Lio, Silpaus Dalmasius, Lorensius Amon, Stepanus Lukan. Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Keagamaan Katolik Sekolah Tinggi Kateketik Pastoral Katolik Bina Insan Keuskupan Agung Samarinda. (2021). STKP Bina Insan Samarinda.
- Pulu Ika Wahyuni, Anak Agung Gede Sumanjaya, Sri Gusty. *Teori Dan Profil Kewirausahaan Bidang Teknik Sipil*. (2022). Tohar Media.
- Prof. DR. H. A. Rusdiana, M.M. *PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN*. (2022). Insan Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN SGD Bandung.

- Sahroh, A. F. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 6(3), 208–215.
- Santoso, E., Isro, L., & Kresna Wahyudiantoro, A. (2023). Business, Entrepreneurship, and Management Journal ANALISIS FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TULUNGAGUNG. 2(1), 21–26.
- Sari, N. Y., Basalamah, M. R., & Millaningtyas, R. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(09).
- Siswadi, Yudi. 2013. Analisis Faktor Internal. Faktor Eksternal Dan Pembelajaran 71 Kewirausahaan Yang Mepengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha. *Jurnal Manajemen & Bisnis*. Vol 13 o. 01, pp: 1-17.
- Sufyati HS, Hamdann Firmansyah, Nur Ika Effendi Nurmahadi, Emy Rachmawati, Hendra Galuh Febrianto, Caroline, Riswan Aradea, Yani Sugiyani, Dede Djunaidi, Amalia Indah Fitriana, Fidyaa Arie Pratama, Septina Dwi Retnandari, Nurhayati, Frans Sudirjo, Udik Jatmiko. *TEORI DAN KONSEP KEWIRAUSAHAAN*. (2021). Penerbit Insani.
- Tumanggor, Diana Rahmasari, Anne Rumondang Malau, and Hanna M. Damanik. 2023. “Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Dikota Medan.” *Journal of Economics and Business* 4(2): 13–22.
- Willy Cahyadi. Pemanfaatan Media Terhadap Keberhasilan Wirausaha. (2022). PT Inovasi Pratama Internasional.
- Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 5,32 persen dan Rata-rata upah buruh sebesar 3,18 juta rupiah per bulan. BPS 2023. <https://www.bps.go.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>

Dwi Putri Al Vina Damayanti \*) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

M. Agus Salim \*\*) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Restu Millaningtyas \*\*\*) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma