
PENGARUH SOSIAL MEDIA TERHADAP BERWIRAUSAHA DIKALANGAN REMAJA KABUPATEN PASURUAN

Maulidatul Masudha*

Universitas Nahdlatul Ulama Pasuruan, Indonesia
Email: maulidatulmasudha@gmail.com

Risma Rossidha

Universitas Nahdlatul Ulama Pasuruan, Indonesia
Email: risमारossidha123@gmail.com

Khofidatus Soliha

Universitas Nahdlatul Ulama Pasuruan, Indonesia
Email: khofidatussolih22@gmail.com

Enik Sulistyowati

Universitas Nahdlatul Ulama Pasuruan, Indonesia
Email: enik@itsnupasuruan.ac.id

Article Info

Article history:

Received: February 13,
2024

Accepted: March 20, 2024

Published: March 27,
2024

Page: 1-9

Keyword:

sosial_media,
kewirausahaan,
perumahan

*Corresponding Author

Maulidatul Masudha

Abstract

In the digital age, social media is predominantly used by various groups, especially teenagers, mainly for entertainment and social connections. However, if viewed from a positive perspective, social media can also serve as a platform to create job opportunities for individuals. This study aims to examine whether social media influences the entrepreneurial interest of teenagers in Pasuruan district. A quantitative approach was employed, with data collected through questionnaires distributed to over 100 teenage respondents in the district. The study used correlation and significance analysis techniques. The findings indicate that social media (variable X) has a strong impact on teenagers' entrepreneurial interest (variable Y) in Pasuruan district. The results reveal a significant relationship, with a correlation value of 0.725 and a coefficient of determination of 0.525, meaning 52.5% of the variation in entrepreneurial interest can be explained by social media.

Di era digital ini, media sosial sebagian besar digunakan oleh berbagai kelompok, terutama remaja, yang utamanya untuk hiburan dan hubungan sosial. Namun, jika dilihat dari perspektif positif, media sosial juga dapat berfungsi sebagai platform untuk menciptakan peluang kerja bagi individu. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji apakah media sosial mempengaruhi minat kewirausahaan remaja di Kabupaten Pasuruan. Pendekatan kuantitatif digunakan, dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada lebih dari 100 responden remaja di kabupaten tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasi dan signifikansi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial (variabel X) memiliki dampak yang kuat terhadap minat kewirausahaan remaja (variabel Y) di Kabupaten Pasuruan. Hasil penelitian mengungkapkan adanya hubungan signifikan,

dengan nilai korelasi 0,725 dan koefisien determinasi sebesar 0,525, yang berarti 52,5% variasi minat kewirausahaan dapat dijelaskan oleh media sosial.

Copyright © 2024 The authors. JTMSI is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Pendahuluan

Media sosial merupakan suatu sarana media online yang sering digunakan untuk memudahkan seseorang berpartisipasi, sharing, menciptakan suatu isi meliputi *link blog*, jejaringan sosial, wiki, forum, dan dunia virtual^[1]. Perkembangan media sosial memang memberikan peluang yang besar bagi siapapun untuk berwirausaha. Kewirausahaan adalah suatu sikap mental dan juga jiwa yang dituntut untuk terus aktif dalam melakukan usaha guna memajukan karya bakti sebagai upaya meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya^[8]. Media sosial merupakan platform yang sangat efektif dalam mempromosikan produk atau jasa mereka kepada audiens yang lebih luas. Melalui media sosial, siapapun dapat dengan mudah dan cepat mengakses internet serta menggunakan platform tersebut sebagai sarana untuk mengembangkan minat wirausaha mereka^[2]. Dengan adanya akses mudah dan cepat ke internet melalui media sosial, maka dapat dengan cepat menjual produk atau jasa mereka tanpa harus memiliki toko fisik^{[3],[4]}. Wirausahawan digital dengan cara baru dalam berbisnis memiliki pengaruh yang sangat besar diseluruh dunia, terutama dalam satu decade terakhir^[13]. Mereka dapat membuat akun bisnis di berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, atau Twitter dan secara kreatif mempromosikan produk atau jasanya kepada pengguna lainnya. Selain itu, melalui fitur-fitur seperti iklan berbayar atau hashtag populer, serta dapat meningkatkan visibilitas dari bisnis mereka di media sosial^{[5]-[7]}.

Mereka yang dikatakan dalam arti para remaja dimana masa yang dilaluinya merupakan masa yang penuh dengan idealisme yang banyak membawa nilai positif, tetapi banyak juga nilai negatif yang mengiringinya. Dalam diri remaja tersimpan energi yang besar untuk berkembang: energi motivasi berprestasi, motivasi kreativitas, dan motivasi kemandirian^[9]. Dengan hal tersebut di usia remaja sangat tepat untuk mereka membangun hal-hal baru yang menggunakan kreatifitas dalam diri mereka, salah satu contohnya adalah berbisnis dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada yaitu media sosial. Media sosial akan membantu menjangkau lebih banyak calon konsumen potensial yang tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh para remaja wirausahawan. Namun demikian, penting bagi remaja untuk tetap memperhatikan aspek-aspek penting dalam berwirausaha menggunakan media sosial. Mereka harus memiliki strategi pemasaran yang baik agar pesan promosi mereka dapat diterima oleh target pasar dengan baik. Selain itu, etika dan kejujuran dalam menjalankan bisnis online juga perlu dijunjung tinggi agar reputasi dari bisnis tersebut tetap terjaga^[10]. Dengan adanya kesempatan ini, para remaja memiliki potensi besar untuk meraih kesuksesan dalam berwirausaha melalui media sosial. Dengan kreativitas, kerja keras, dan semangat pantang menyerah, sosial media dapat menjadi alat yang sangat berguna bagi mereka dalam mengembangkan minat wirausaha serta mencapai impian mereka.

Dengan perkembangan media sosial, minat wirausaha pada remaja semakin meningkat karena mereka melihat kesempatan baru dalam berbisnis secara online^[12]. Minat wirausaha bisa dikatakan sebagai keinginan, ketertarikan, dan kesediaan untuk bekerja keras dalam memenuhi kebutuhan tanpa adanya ketakutan terhadap risiko yang mungkin

akan muncul untuk dihadapi^[7]. Namun demikian, penting bagi mereka untuk tetap memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup dalam bidang bisnis serta menjaga integritas dan etika bisnis dalam menggunakan sosial media sebagai sarana berwirausaha. Melalui media sosial, remaja dapat membangun merek pribadi dan menciptakan konten yang menarik untuk menarik perhatian calon konsumen. Mereka dapat menggunakan berbagai fitur seperti posting gambar, video, dan cerita singkat untuk memperkenalkan produk atau jasa mereka kepada audiens potensial^[15]. Selain itu, media sosial juga menyediakan fitur-fitur interaktif seperti kolom komentar dan pesan langsung yang memudahkan komunikasi antara pelaku usaha dengan konsumen. Media sosial juga terdapat banyak grup atau komunitas online yang membahas topik-topik seputar wirausaha. Remaja dapat bergabung dalam grup ini untuk mendapatkan inspirasi, tips, dan dukungan dari sesama wirausahawan^[14]. Mereka juga bisa belajar dari pengalaman orang lain dalam menghadapi tantangan dalam berwirausaha.

Di Kabupaten Pasuruan sendiri minat berwirausaha remaja bisa dikatakan masih rendah yang diketahui dalam jiwa wirausaha remaja banyak ditemui seperti kendala pada modal yang dikarenakan pemikiran pada remaja tersebut jika membuka usaha membutuhkan modal yang tinggi, belum adanya pengalaman yang cukup, takut akan kegagalan berwirausaha karena faktor lingkup pertemanan yang kecil. Oleh sebab itu, diperlukan tindakan maupun usaha untuk menumbuhkan jiwa wirausaha dengan memberikan pemahaman serta pengetahuan yang bertujuan untuk merubah pemikiran generasi muda setelah menyelesaikan jenjang pendidikan dimana tidak hanya mencari pekerjaan (*job seeker*) namun harus bisa menciptakan sebuah usaha yang berpotensi membuka lapangan pekerjaan^[4].

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah disebutkan, maka penelitian ini menggunakan dua variabel pendekatan yaitu media sosial dan minat berwirausaha dikalangan remaja. Dengan batasan masalah yang digunakan yaitu media sosial yang digunakan yaitu Whatapp, Instagram, Facebook, dan Twitter (x). Adapun tujuan penelitian yang dilakukan saat ini untuk menganalisis seberapa besar pengaruh media sosial terhadap minat atau keinginan berwirausaha secara umum pada remaja. Sebelumnya banyak penelitian terdahulu yang membahas hal serupa, tetapi dalam penelitian ini kami melakukan penelitian dengan mengambil data dari para remaja yang sudah memulai bisnisnya lewat media sosial sesuai dengan pengalaman yang mereka alami selama menjalani bisnis yang dilakukan di media sosial tersebut.

Minat Wirausaha

Minat berwirausaha merujuk pada ketertarikan, keinginan, dan motivasi seseorang untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha atau menciptakan dan mengelola bisnis sendiri. Minat berwirausaha mencakup sejumlah faktor, termasuk keinginan untuk mengambil risiko, kreativitas, inovasi, kemampuan mengatasi tantangan, dan dorongan untuk mencapai kemandirian finansial. Individu yang memiliki minat berwirausaha cenderung melihat peluang bisnis, merencanakan, dan mengambil langkah-langkah konkret untuk mengembangkan usaha mereka sendiri. Media sosial suatu platform digital maupun aplikasi yang memberikan kemungkinan pada penggunanya untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terlibat dalam komunikasi daring. Platform media sosial juga memberikan kemungkinan bagi pengguna untuk membuat, mengonsumsi, dan berbagi informasi dalam bentuk teks, gambar, dan video. Contoh platform media sosial meliputi Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, dan banyak lagi. Media sosial tidak hanya menjadi alat untuk berkomunikasi, tetapi juga menjadi sumber informasi, hiburan, dan interaksi sosial yang signifikan di era digital. Media sosial dapat memainkan peran penting dalam membentuk minat berwirausaha, karena platform ini memfasilitasi pertukaran ide, pengalaman, dan

informasi terkait wirausaha. Konten yang dibagikan di media sosial, seperti kisah sukses pengusaha, tips bisnis, dan tren industri, dapat memotivasi individu untuk mengembangkan minat berwirausaha. Selain itu, media sosial juga dapat menjadi saluran untuk membangun jejaring, berkolaborasi, dan mendapatkan dukungan dalam mengembangkan bisnis mereka.

Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitiannya yaitu kausalitas yang bertujuan untuk menganalisa pengaruh adanya media sosial terhadap minat berwirausaha dikalangan remaja.

Objek penelitian terdiri atas dua variabel antara lain variabel dependen yang berupa media sosial (X) dan variabel independen yaitu minat berwirausaha remaja (Y) yang didapat dari pengambilan kuisisioner. Sedangkan subjek penelitiannya meliputi para remaja di Kabupaten Pasuruan yang telah memulai menjalankan bisnisnya baik berupa barang atau jasa dan dipromosikan di media sosial.

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik penyebaran kuesioner atau bisa disebut angket dimana didalam kuesioner atau angket tersebut berisi beberapa pertanyaan yang dicantumkan untuk responden yaitu para remaja yang sudah mulai menjalankan bisnisnya lewat media sosial.

Pada penelitian ini, Teknik Analisa data menggunakan skala likert yang menunjukkan sikap dalam bentuk checklist dengan menggunakan skala likert 4 poin yaitu; sangat setuju (4), setuju (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1). Kemudia data yang didapatkan dianalisis dengan menggunakan Ms.Excel 2019. Berikut adalah susunan Analisa data.

Tabel 1. Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Media sosial (X) ^[11]	Media sosial merupakan sarana <i>online</i> yang digambarkan dan divisualisaikan agar penggunaannya memudahkan untuk berpartisipasi, saling <i>sharing</i> , dan menciptakan meliputi blog, jajaran sosial, wiki, forum, dan dunia virtual	1. Manfaat / feedback 2. Ketertarikan 3. Penyediaan Informasi 4. Fleksibilitas 5. Motivasi 6. Biaya terjangkau 7. Jangkauan luas	Likert
2	Minat berwirausaha (Y) ^[7]	Minat pada wirausaha dimaknai sebagai bagian dari ketertarikan, keinginan, serta kesediaan untuk melakukan kerja keras untuk pemenuhan kebutuhan tanpa harus merasa takut terhadap semua risiko yang mungkin akan dihadapi	1. Ketertarikan 2. Motivasi 3. Tantangan 4. Keyakinan	Likert

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket yang berisi pertanyaan yang diberikan kepada responden yaitu para remaja yang sudah mulai menjalankan bisnisnya lewat media sosial.

Pada penelitian ini, teknik analisa data menggunakan skala likert yang menunjukkan sikap dalam bentuk checklist dengan skala likert 4 poin yaitu sangat setuju (4), setuju (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1). Kemudian data dianalisis menggunakan Ms.Excel 2019. Berikut adalah susunan Analisa data.

Hasil dan Pembahasan

1. Pengolahan Data

Pengambilan data dari penelitian saat ini adalah dari kuisioner yang telah disebar dan ditanggapi oleh beberapa responden. Hasilnya antara lain:



Gambar 1. Pertanyaan 1, 2, dan 3 (Media Sosial (X))

Sumber : Olah Data

Gambar 1. Merupakan gambar hasil dari prosentase pertanyaan 1, 2, dan 3 tentang manfaat dari penggunaan media sosial, merasa tertarik dengan media sosial, dan apakah media sosial menyediakan informasi yang dibutuhkan.



Gambar 2. Pertanyaan 4, 5, dan 6 (Media Sosial (X))

Sumber : Olah Data

Gambar 2. Merupakan gambar hasil prosentase dari pertanyaan 4, 5, dan 6 tentang apakah media sosial menyediakan informasi yang dibutuhkan dan dapat melihat berbagai pengalaman para wirausaha muda yang sukses, juga apakah mudah terlibat membuat komunikasi dengan pengguna media sosial lainnya.



Gambar 3. Pertanyaan 7, 8, dan 9 (Media Sosial (X))

Sumber : Olah Data

Gambar 3. Merupakan gambar hasil prosentase dari pertanyaan 7, 8, dan 9 tentang apakah media sosial cocok untuk media berwirausaha, dan media yang murah dibandingkan dengan menggunakan media komunikasi lainnya, serta jangkauan yang lebih luas untuk membangun warausaha.



Gambar 4. Pertanyaan 10, 11, 12 (Minat Berwirausaha (Y))

Sumber : Olah Data

Gambar 4. Merupakan gambar hasil prosentase pertanyaan 10, 11, dan 12 yang menanyakan tentang lebih suka menjadi wirausahawan atau tidak, dan berminat menjadi worausaha sehingga dapat menciptakan lapangan kerja, serta menambah minat menjadi wirausaha bebas dalam melakukan pekerjaan.



Gambar 5. Pertanyaan 13, 14, 15 (Minat Berwirausaha (Y))

Sumber : Olah Data

Gambar 5. Merupakan gambar hasil prosentase pertanyaan 13, 14, dan 15 yang menanyakan keyakinan tentang dengan berwirausaha akan mendapatkan masa depan yang cerah, dan dengan berwirausaha dapat melakukannya dengan mudah, serta senang dengan adanya konten tentang kewirausahaan di media sosial.

Semua pertanyaan telah *valid* pada masing-masing variabel, yakni media sosial (X), minat untuk berwirausaha remaja (Y) telah dilakukan uji validitas dengan R table yaitu 0,514, seperti pada table yang akan ditampilkan di bawah ini.

Tabel 2. Uji Validitas Variabel X (Variabel Media Sosial)

Butir	R-hitung	R-tabel	Keterangan
1	0.515	0.514	Valid
2	0.616	0.514	Valid
3	0.684	0.514	Valid
4	0.637	0.514	Valid
5	0.621	0.514	Valid
6	0.646	0.514	Valid
7	0.873	0.514	Valid
8	0.695	0.514	Valid
9	0.690	0.514	Valid

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Y (Variabel Minat Berwirausaha Remaja)

Butir	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.515	0.514	Valid
2	0.690	0.514	Valid
3	0.816	0.514	Valid
4	0.825	0.514	Valid
5	0.840	0.514	Valid
6	0.755	0.514	Valid

2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Untuk uji reliabilitas pada semua variabel, yakni variabel X dan Y semua variabel dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0.60.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Cronbach' Alpha	Indikator	Keterangan
X	0.852	> 0.60	Reliabel
Y	0.812	> 0.60	Reliabel

3. Analisis uji korelasi dan signifikansi

Berikut ini adalah hasil uji korelasi dan signifikansi yang bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. Uji Korelasi dan Signifikansi

	Sosial Media	Minat Berwirausaha
Sosial Media	1	
Minat Berwirausaha	0.725039401	1

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics

Multiple R	0.725039
R Square	0.525682
Adjusted R Square	0.521628
Standard Error	1.723323
Observations	119

ANOVA

	Df	SS	MS	F	Significance F
Regression	1	385.0997	385.0997	129.67	1.13E-20

Residual	117	347.4717	2.969844					
Total	118	732.5714						
	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 90%	Upper 95%	Lower 95.0%	Upper 95.0%
Intercept	3.837064	1.440619	2.663483	0.008824	0.983993	6.690135	0.983993	6.690135
X Variable 1	0.534543	0.046942	11.38727	1.13E-20	0.441576	0.627509	0.441576	0.627509

Dari hasil tabel diatas bisa dikatakan signifikan karena dari analisa statistik nilai P-Value lebih kecil dari tingkat signifikansi. Hasil analisis dari korelasi didapatkan bahwa variabel (X) yaitu media sosial terhadap minat berwirausaha remaja (Y) adalah 0,725. Hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa variabel (X) yaitu media sosial memiliki hubungan kuat terhadap variabel (Y) yaitu minat berwirausaha remaja.

4. Uji Parsial (Uji T)

Berikut ini adalah hasil uji T atau uji parsial yang bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 6. Uji T (Uji Parsial)

	Sosial Media	Minat Berwirausaha
Mean	30.5042	20.14286
Variance	11.42159	6.208232
Observations	119	119
Pearson Correlation	0.725039	
Hypothesized Mean Difference	0	
Df	118	
t Stat	48.55379	
P(T<=t) one-tail	3.89E-80	
t Critical one-tail	1.65787	
P(T<=t) two-tail	7.78E-80	
t Critical two-tail	1.980272	

5. Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel 5 di atas diperoleh nilai R Square sebesar 0.525 atau 52,5% yang berarti minat berwirausaha remaja dipengaruhi oleh media sosial dengan prosentase sebesar 52,5%.

6. Interpretasi Hasil Penelitian

Analisis variabel X yaitu media sosial yang secara parsial terhadap variabel Y yaitu minat berwirausaha remaja berdasarkan hasil analisa berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha remaja. Dengan demikian variabel media sosial (X) memiliki hubungan kolerasi yang kuat terhadap minat berwirausaha remaja (Y). Hubungan kolerasi yang kuat bisa dianalisa bahwa jika penggunaan media sosial tinggi, maka akan diikuti dengan minat berwirausaha yang tinggi juga, begitu juga sebaliknya.

Dari interpretasi hasil di atas, maka remaja yang bisa menggunakan media sosial dengan maksimal dapat memiliki minat yang kuat untuk berwirausaha. Begitupun sebaliknya, jika remaja yang tidak bisa menggunakan media sosial tidak dapat memiliki ketertarikan minat berwirausaha. Penggunaan sosial media sudah dapat digunakan secara maksimal oleh remaja di Kabupaten Pasuruan karena responden sudah dapat melakukan kegiatan usaha maupun bisnis melalui media sosial.

Dalam penelitian ini yang dijadikan target pasar berasal dari Kabupaten Pasuruan sendiri dan wilayah sekitar. Selain itu penggunaan media sosial bisa digunakan untuk memasarkan suatu produk yang nantinya akan dipahami secara maksimal oleh responden. Sehingga remaja Kabupaten Pasuruan yang menjadi responden reset tidak hanya menjadikan sosial media sebagai networking pertemanan atau ajang have fun tetapi juga digunakan untuk wadah mencari penghasilan. Sesuai pernyataan berikut yaitu media sosial bukan dijadikan suatu tren kesenangan saja akan tetapi juga menjadi ladang penghasilan bagi beberapa orang.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, pada uji reliabilitas semua variabel dinyatakan reliabel. Sedangkan pada uji korelasi dan signifikansi diatas menyatakan bahwa terdapat korelasi serta signifikan yang kuat secara statistic. Pada uji parsial juga menunjukkan nilai R Square sebesar 0.525 atau 52,5%, artinya minat berwirausaha remaja dipengaruhi oleh media sosial sebesar 52,5%. Sehingga kesimpulan yang didapat menyatakan bahwa variabel (X) media sosial memiliki hubungan kuat terhadap variabel (Y) minat berwirausaha remaja di Kabupaten Pasuruan.

Daftar Pustaka

- [1] Bailey, P. (2015). *Procurement, Principles & Management* (11 ed.). Pearson Education Limited.
- [2] Berg, H.-P. (2010, June). *Risk Management : Procedures, Methods, and Experiences*. RT&A, 1, 79-95.
- [3] Boyke Frederick, A. K. (2021). EKSISTENSI MEDIA SOSIAL PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora* , 79.
- [4] Cicik Harini, Y. (2018). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRUSAHA PADA REMAJA KARANG TARUNA WIJAYA KUSUMA KELURAHAN KERAMAS KECAMATAN TEMBALANG KOTA SEMARANG. *DISPROTEK*, 8.
- [5] Dimiyati. (2020). *Konsep dan Aplikasi dalam pembelajaran Sepakbola Usia Remaja*. Yogyakarta: UNY Press.
- [6] Hanafi, M. (2014). *Manajemen Risiko*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- [7] Isky Fadli Fuadi, B. E. (2009). HUBUNGAN MINAT BERWIRUSAHA DENGAN PRESTASI PRAKTIK KERJA INDUSTRI SISWA KELAS XII TEKNIK OTOMOTIF SMK NEGERI 1 ADIWERNA KABUPATEN TEGAL TAHUN AJARAN 2008/2009. *PTM*, 92-98.
- [8] Iswadi, A. A. (2023). *KEWIRUSAHAAN*. Padang: PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- [9] Kristanto, B. R. (2014, Desember). APLIKASI MODEL HOUSE OF RISK (HOR) UNTUK MITIGASI RISIKO PADA SUPPLY CHAIN BAHAN BAKU KULIT. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 13(2).
- [10] Lutfi, A. (2012, April). Analisis Risiko Rantai Pasok dengan Model House of Risk (HOR). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 12(1).
- [11] Muhammad Yusi Kamhar, E. L. (2019). Pemanfaat Sosial Media, Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia di Perguruan Tinggi. *Ilmu Pendidikan*, 2.
- [12] Pujawan, I., & Geraldine, L. (2009). House of risk : a model for proactive supply chain risk management. *Business Process Management Journal*, 15(6), 953 - 967.
- [13] Setiawan, Z. (2023). *KEWIRUSAHAAN DIGITAL*. Padang: PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI Anggota IKAPI.
- [14] Williams, T. (1993). *Risk Management Infrastructures*. *International Journal of Project Management*, 5-10.
- [15] Yuliawati, E. (2015). *Pengelolaan Bahan Baku dengan Pendekatan Analisis Risiko dan Pengendalian Persediaan*.