

PENGARUH KREATIVITAS DAN KEPERCAYAAN DIRI TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA UNIVERSITAS YATSI MADANI

Rohaeti¹⁾, Bayu Imanudin²⁾

1) Prodi Kewirausahaan, Fakultas Teknologi dan Bisnis, Universitas Yatsi Madani, Indonesia

2) Prodi Kewirausahaan, Fakultas Teknologi dan Bisnis, Universitas Yatsi Madani, Indonesia

Corresponding author : E-mail: rohaeti@uym.ac.id

ABSTRACT

The development of higher education in Indonesia requires the formation of an entrepreneurial spirit among students in order to produce graduates who are creative, independent, and oriented towards job creation. This study aims to analyze the influence of creativity and self-confidence on the entrepreneurial intentions of students in the Entrepreneurship Study Program, Faculty of Technology and Business, Yatsi Madani University. The study uses a quantitative approach with an explanatory survey design. The research population consists of all active students in the study program, with purposive sampling and a sample size of 100 respondents. Data were collected using a questionnaire consisting of 20 items, including 8 items for creativity, 4 items for self-confidence, and 8 items for entrepreneurial intention. The validity and reliability of the instrument were tested using Product Moment correlation and Cronbach's Alpha coefficient. Data analysis was performed using multiple linear regression with SPSS version 26. The results showed that creativity and self-confidence had a positive and significant effect on students' entrepreneurial intention. The two independent variables simultaneously contributed 58.4% to the variation in entrepreneurial intention. These findings confirm that the development of creativity and increased self-confidence play an important role in shaping the entrepreneurial attitudes and intentions of university students.

Keywords: Creativity; Self-confidence; Entrepreneurial Intent; Entrepreneurship.

Abstrak

Perkembangan pendidikan tinggi di Indonesia menuntut adanya pembentukan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa sebagai upaya mencetak lulusan yang kreatif, mandiri, dan berorientasi pada penciptaan lapangan kerja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kreativitas dan kepercayaan diri terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Teknologi dan Bisnis, Universitas Yatsi Madani. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei eksplanatori. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa aktif program studi tersebut, dengan teknik purposive sampling dan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan menggunakan instrumen kuesioner yang terdiri dari 20 butir pernyataan, meliputi 8 butir untuk kreativitas, 4 butir untuk kepercayaan diri, dan 8 butir untuk intensi berwirausaha. Validitas dan reliabilitas instrumen diuji menggunakan korelasi Product Moment dan koefisien Cronbach's Alpha. Analisis data dilakukan dengan regresi linier

berganda menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas dan kepercayaan diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Kedua variabel independen secara simultan memberikan kontribusi sebesar 58,4% terhadap variasi intensi berwirausaha. Temuan ini menegaskan bahwa pengembangan kreativitas dan peningkatan kepercayaan diri berperan penting dalam membentuk sikap dan niat kewirausahaan mahasiswa di perguruan tinggi.

Kata Kunci: Kreativitas; Kepercayaan Diri; Intensi Berwirausaha; Kewirausahaan.

A. PENDAHULUAN

Kewirausahaan berperan penting dalam pembangunan ekonomi modern karena mendorong penciptaan lapangan kerja dan inovasi sosial (Frese & Gielnik, 2023; Newman et al., 2019). Di tengah dinamika global yang kompetitif, kemampuan berwirausaha menjadi kompetensi utama generasi muda di berbagai negara. Indonesia sebagai negara dengan populasi produktif yang besar memiliki potensi kewirausahaan tinggi, tetapi realisasinya masih menghadapi berbagai hambatan (Pramudita, 2021; Satriadi et al., 2022). Oleh sebab itu, peningkatan intensi berwirausaha mahasiswa menjadi isu strategis dalam agenda pembangunan nasional.

Perguruan tinggi menurut Kardila & Puspitowati (2022) memiliki peran signifikan dalam membentuk pola pikir kewirausahaan melalui integrasi pendidikan, pelatihan, dan inkubasi bisnis. Implementasi kurikulum kewirausahaan diharapkan tidak hanya membekali mahasiswa pengetahuan akademik semata, tetapi juga menumbuhkan motivasi dan keberanian untuk memulai usaha (Wu et al., 2022). Lebih lanjut lagi, Sintiawati et al. (2022) menambahkan bahwa program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) juga memperkuat orientasi pendidikan kewirausahaan yang lebih aplikatif. Namun demikian, peningkatan minat berwirausaha mahasiswa belum sejalan dengan capaian nyata di lapangan.

Fenomena rendahnya intensi berwirausaha di kalangan mahasiswa sering kali disebabkan oleh faktor psikologis seperti rasa takut gagal dan kurangnya kepercayaan terhadap kemampuan diri (Garaika et al., 2019). Walaupun akses terhadap pendidikan dan fasilitas kewirausahaan semakin luas, temuan oleh Osakede et al. (2017) menunjukkan banyak mahasiswa masih enggan mengambil risiko untuk berwirausaha. Kondisi ini menandakan bahwa aspek personal dan psikologis perlu mendapat perhatian lebih dalam pendidikan kewirausahaan.

Kreativitas menurut Gielnik et al. (2018) merupakan salah satu faktor personal yang sering dikaitkan dengan keberhasilan dalam berwirausaha. Individu yang kreatif memiliki kecenderungan berpikir divergen dan mampu menemukan solusi baru terhadap permasalahan bisnis. Mahasiswa dengan tingkat kreativitas tinggi biasanya lebih adaptif terhadap perubahan dan mampu menciptakan ide usaha yang unik (Lu et al., 2021). Hal ini menjadikan kreativitas sebagai determinan penting dalam menjelaskan variasi intensi berwirausaha.

Bertemali dengan pernyataan tersebut, Cui et al. (2021) menjelaskan bahwa kepercayaan diri memiliki peran yang tak kalah penting karena berkaitan langsung dengan kesiapan individu menghadapi ketidakpastian bisnis. Mahasiswa yang percaya diri cenderung memiliki persepsi positif terhadap kemampuan diri dalam

mengelola risiko dan tantangan (Bican & Brem, 2020; Newman et al., 2019). Faktor ini memperkuat keberanian untuk mengambil keputusan berwirausaha secara mandiri. Oleh karena itu kepercayaan diri dapat dianggap sebagai pondasi psikologis dari perilaku kewirausahaan.

Kreativitas dan kepercayaan diri secara konseptual saling melengkapi dalam membentuk perilaku kewirausahaan. Individu yang kreatif tetapi tidak memiliki kepercayaan diri mungkin tidak berani mengeksekusi idenya, sedangkan individu yang percaya diri tetapi kurang kreatif berpotensi mengulang ide yang tidak inovatif (Alshurideh et al., 2022). Keduanya membentuk sinergi antara kemampuan menciptakan ide baru dan keberanian merealisasikannya. Meneliti kedua faktor ini secara simultan menjadi penting untuk memahami niat berwirausaha mahasiswa secara lebih menyeluruh (García-Vidal et al., 2019).

Secara teoretik, penelitian ini berakar pada *Theory of Planned Behavior* yang menjelaskan bahwa niat merupakan prediktor utama perilaku aktual. Kreativitas dan kepercayaan diri dapat dipandang sebagai bagian dari *perceived behavioral control* dan *attitude toward behavior*, yang secara bersama-sama memengaruhi intensi berwirausaha (Ajzen, 2020). Perspektif ini memberikan dasar konseptual yang kuat bahwa kedua faktor tersebut bukan hanya sifat personal, tetapi juga komponen kognitif yang membentuk perilaku kewirausahaan. Oleh karena itu, penulis memandang bahwa penelitian terhadap kedua variabel ini memiliki justifikasi teoretis yang kuat dan berpotensi memperkaya model psikologis kewirausahaan mahasiswa.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum konsisten terkait pengaruh kreativitas dan kepercayaan diri terhadap intensi berwirausaha (Campa et al., 2025;

Hidayah, 2023). Beberapa studi menemukan pengaruh signifikan, sementara yang lain menunjukkan hubungan yang lemah tergantung konteks sosial dan budaya (Maghfiroh & Hermawan, 2022; Nurfaizal & Barros, 2025). Ketidakkonsistenan ini menunjukkan perlunya verifikasi lebih lanjut di berbagai konteks pendidikan tinggi di Indonesia. Universitas Yatsi Madani menjadi lokasi yang menarik karena karakteristik mahasiswanya yang heterogen dan berasal dari latar belakang sosial ekonomi beragam.

Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya integrasi dua faktor psikologis utama, yaitu kreativitas dan kepercayaan diri dalam satu model kuantitatif yang sederhana namun komprehensif. Pendekatan ini jarang dilakukan pada konteks universitas swasta non-metropolitan, sehingga hasilnya diharapkan mampu memberikan kontribusi empiris baru terhadap literatur kewirausahaan di Indonesia (Pramudita, 2021). Selain itu, fokus pada mahasiswa Universitas Yatsi Madani mencerminkan upaya memperluas kajian kewirausahaan di luar kampus besar yang selama ini mendominasi penelitian. Dengan demikian, penelitian ini memiliki nilai tambah baik secara teoretik maupun kontekstual.

Distingsi penelitian ini juga tampak pada pendekatan metodologisnya yang menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menilai pengaruh langsung antarvariabel (Almahfud & Santosa, 2023). Metode ini memungkinkan pengujian hubungan yang jelas antara kreativitas, kepercayaan diri, dan intensi berwirausaha tanpa melibatkan variabel perantara yang kompleks (Garaika et al., 2019). Strategi ini sesuai dengan tujuan penelitian yang menekankan pemahaman dasar hubungan kausalitas dalam konteks mahasiswa. Penelitian ini berusaha memberikan gambaran empiris yang lebih terarah dan mudah diinterpretasikan.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kreativitas dan kepercayaan diri terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Universitas Yatsi Madani. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam tentang sejauh mana kedua faktor psikologis tersebut mampu menjelaskan niat mahasiswa untuk berwirausaha. Artikel ini berusaha menegaskan pentingnya pendekatan holistik dalam pendidikan kewirausahaan yang tidak hanya berorientasi pada pengetahuan teknis, tetapi juga pada pengembangan karakter dan kepribadian wirausaha. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi perguruan tinggi dalam merancang intervensi pembelajaran berbasis pengalaman dan refleksi diri

B. SUBJEK DAN METODE

1. Desain penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal untuk menguji hubungan antara variabel kreativitas, kepercayaan diri, dan intensi berwirausaha mahasiswa (Creswell & Creswell, 2017; Sugiyono, 2019). Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi pengaruh langsung antarvariabel secara terukur menggunakan data numerik. Desain penelitian seperti ini relevan digunakan untuk menggambarkan hubungan sebab-akibat yang dapat digeneralisasikan pada populasi yang lebih luas. Fokus utama penelitian ini adalah menjelaskan bagaimana faktor psikologis individual berkontribusi terhadap pembentukan niat berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi.

Pendekatan kuantitatif dipilih karena memberikan keunggulan

dalam objektivitas, keandalan, dan kemampuan untuk melakukan inferensi statistik (Bougie & Sekaran, 2019; Creswell & Poth, 2018). Selain itu, penggunaan analisis regresi linier berganda membantu memudahkan interpretasi hasil dan meningkatkan validitas kesimpulan. Desain ini juga dipilih agar peneliti dapat memfokuskan pada kekuatan hubungan antarvariabel tanpa perlu melibatkan banyak faktor perancu. Pendekatan ini dianggap paling sesuai untuk menjawab pertanyaan penelitian yang bersifat hubungan sebab akibat secara empiris.

2. Populasi dan sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Universitas Yatsi Madani yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan pada tahun akademik 2024/2025. Pemilihan populasi tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswa yang telah mengikuti mata kuliah kewirausahaan memiliki pengalaman kognitif dan afektif yang relevan untuk menilai niat berwirausaha (Sugiyono, 2019). Sampel penelitian diambil menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria mahasiswa aktif minimal semester empat. Dengan menggunakan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 5%, diperoleh jumlah sampel sebanyak 120 responden.

Secara demografis, sebagian besar responden berusia antara 19 hingga 23 tahun dan berasal dari berbagai program studi di bidang ekonomi, teknologi, dan pendidikan. Proporsi jenis kelamin relatif seimbang dengan komposisi 56% perempuan dan 44% laki-laki. Karakteristik ini menggambarkan

heterogenitas populasi mahasiswa Universitas Yatsi Madani dan memperkuat validitas eksternal penelitian. Profil responden tersebut mencerminkan keragaman yang dapat memberikan gambaran representatif tentang minat berwirausaha generasi muda di lingkungan kampus.

3. Variabel penelitian

Penelitian ini melibatkan dua variabel independen dan satu variabel dependen, yaitu kreativitas (X_1), kepercayaan diri (X_2), dan intensi berwirausaha (Y). Model konseptual penelitian didasarkan pada Theory of Planned Behavior yang menempatkan faktor personal dan psikologis sebagai prediktor utama intensi (Ajzen, 1991; Newman et al., 2019). Kreativitas dan kepercayaan diri dianggap sebagai bentuk personal resource yang memengaruhi kesiapan individu untuk mengambil keputusan berwirausaha (Frese & Gielnik, 2023). Model ini mengasumsikan bahwa semakin tinggi kreativitas dan kepercayaan diri, semakin besar pula kecenderungan seseorang untuk memiliki intensi berwirausaha.

Model konseptual hubungan antarvariabel digambarkan sebagai berikut: kreativitas dan kepercayaan diri berperan sebagai variabel eksogen yang memengaruhi variabel endogen yaitu intensi berwirausaha. Hubungan ini diasumsikan bersifat positif dan signifikan secara statistik. Secara teoritis, kerangka ini menegaskan bahwa aspek kognitif dan afektif individu memiliki kontribusi penting dalam mendorong perilaku kewirausahaan. Dengan demikian, penelitian ini menguji model empiris yang telah banyak

digunakan dalam studi-studi psikologi kewirausahaan kontemporer.

4. Definisi operasional

Kreativitas didefinisikan sebagai kemampuan individu menghasilkan gagasan orisinal dan bermanfaat untuk memecahkan permasalahan kewirausahaan (Anjum et al., 2020; Rodrigues et al., 2019). Kepercayaan diri diartikan sebagai keyakinan seseorang terhadap kemampuan diri dalam menghadapi risiko dan mengambil keputusan bisnis (Maczulskij & Viinikainen, 2023; Martins et al., 2018). Sementara itu, intensi berwirausaha didefinisikan sebagai keinginan kuat untuk memulai dan menjalankan usaha mandiri. Setiap variabel diukur menggunakan indikator perilaku yang dapat diobservasi dan dinilai melalui kuesioner.

5. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin, mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”. Setiap item disusun berdasarkan indikator variabel yang telah didefinisikan secara operasional. Penyusunan butir pernyataan dilakukan melalui adaptasi instrumen dari penelitian terdahulu dengan penyesuaian konteks mahasiswa Universitas Yatsi Madani. Sebelum digunakan, kuesioner divalidasi oleh ahli bidang pendidikan kewirausahaan untuk memastikan kesesuaian bahasa dan substansi. Kisi-kisi instrumen penelitian disusun untuk memastikan keterwakilan setiap indikator terhadap konstruk teoretis yang diukur. Kisi-kisi tersebut disajikan pada Tabel 1 berikut.

Pengaruh Kreativitas dan Kepercayaan Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Yatsi Madani

Rohaeti, Bayu Imanudin

Tabel 1. Kisi-Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Jumlah Butir
X1	• Kemampuan menghasilkan ide baru	8
	• Fleksibilitas berpikir	
	• Orisinalitas ide	
	• Elaborasi ide dan penerapan inovasi	
X2	• Keyakinan terhadap kemampuan diri	4
	• Optimisme dalam mengambil keputusan	
	• Inisiatif menghadapi tantangan	
	• 4. Keteguhan dalam menyelesaikan masalah	
Y	• Kesiapan untuk memulai usaha	8
	• Minat dalam menjalankan usaha	
	• Komitmen terhadap pilihan karier wirausaha	
	• Orientasi masa depan terhadap kewirausahaan	

Uji coba instrumen dilakukan pada 30 responden di luar sampel utama untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya. Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item memiliki nilai korelasi di atas 0,30 yang berarti valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen

No.	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0.684	0.361	Valid
2	0.713	0.361	Valid
3	0.751	0.361	Valid
4	0.693	0.361	Valid
5	0.706	0.361	Valid
6	0.722	0.361	Valid
7	0.759	0.361	Valid
8	0.748	0.361	Valid
9	0.678	0.361	Valid
10	0.715	0.361	Valid

No.	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
11	0.701	0.361	Valid
12	0.689	0.361	Valid
13	0.743	0.361	Valid
14	0.725	0.361	Valid
15	0.781	0.361	Valid
16	0.764	0.361	Valid
17	0.752	0.361	Valid
18	0.773	0.361	Valid
19	0.735	0.361	Valid
20	0.790	0.361	Valid

Selain itu, dilakukan uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha untuk mengukur konsistensi internal antarbutir pernyataan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel kreativitas (X_1) sebesar 0,87, kepercayaan diri (X_2) sebesar 0,82, dan intensi berwirausaha (Y) sebesar 0,89. Ketiga nilai tersebut berada di atas batas minimum 0,70, yang berarti seluruh instrumen reliabel dan memiliki tingkat keandalan tinggi (Hair et al., 2019). Berdasarkan hasil ini, seluruh instrumen dinyatakan layak digunakan untuk pengumpulan data penelitian secara empiris.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0.871	Reliabel
X2	0.823	Reliabel
Y	0.892	Reliabel

6. Analisis data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua tahap utama, yaitu analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden, serta distribusi skor pada variabel

keaktivitas, kepercayaan diri, dan intensi berwirausaha. Analisis inferensial dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh kreativitas (X_1) dan kepercayaan diri (X_2) terhadap intensi berwirausaha (Y) secara simultan maupun parsial. Sebelum analisis dilakukan, data diuji terlebih dahulu menggunakan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas, linearitas, dan heteroskedastisitas guna memastikan bahwa data memenuhi prasyarat model regresi. Model regresi yang digunakan diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_n X_n + e$$

di mana (Y) adalah intensi berwirausaha, (X_1) adalah kreativitas, (X_2) adalah kepercayaan diri, α adalah konstanta, dan e adalah error term. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji F untuk menilai pengaruh simultan kedua variabel independen terhadap variabel dependen, serta uji t untuk menilai pengaruh parsial masing-masing variabel. Keputusan penerimaan hipotesis didasarkan pada nilai signifikansi $< 0,05$ dengan tingkat kepercayaan 95% (Ghozali, 2018). Seluruh proses pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26 untuk memastikan hasil analisis akurat, replikasi terjamin, dan kesimpulan empiris dapat dipertanggungjawabkan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik responden

Penelitian ini melibatkan 100 mahasiswa aktif Universitas Yatsi Madani yang telah mengikuti mata kuliah kewirausahaan sebagai sampel

penelitian. Responden dipilih menggunakan teknik proportionate stratified random sampling agar setiap program studi memiliki peluang proporsional untuk terwakili. Data karakteristik responden dikumpulkan untuk menggambarkan profil dasar partisipan berdasarkan jenis kelamin, usia, program studi, serta pengalaman berwirausaha. Karakteristik lengkap responden disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 4. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
	Laki-laki	42	42,0
	Perempuan	58	58,0
Usia	18–20	36	36,0
	21–23	52	52,0
	>23	12	12,0
Semester	IV	40	40,0
	VI	38	38,0
	VIII	22	22,0
Pengalaman	Pernah	47	47,0
	Belum	53	53,0
Total		100	100

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan serangkaian uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi syarat kelayakan secara statistik. Hasil uji asumsi klasik disajikan secara ringkas pada Tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji	Indikator	Hasil Uji
Normalitas	Asymp. Sig. > 0,05 (Kolmogorov–Smirnov)	0,200
Multikolinieritas	Tolerance > 0,10 dan VIF < 10	Tolerance = 0,784 VIF = 1,276
Linieritas	Sig. Df. Linearity > 0,05	0,108
Heteroskedastisitas	Sig. > 0,05 (Uji Glejser)	$X_1 = 0,423$ $X_2 = 0,389$

Uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan

dalam penelitian ini layak untuk dilanjutkan ke tahap selanjutnya. Nilai *Asymp. Sig.* sebesar 0,200 ($>0,05$) menunjukkan data berdistribusi normal, sementara hasil *tolerance* dan *VIF* mengindikasikan tidak adanya multikolinearitas antarvariabel bebas. Uji linieritas menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,108 ($>0,05$) sehingga hubungan antara variabel bebas dan terikat bersifat linear. Selain itu, hasil uji *Glejser* dengan nilai signifikansi masing-masing variabel di atas 0,05 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan tidak mengandung heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini sudah memenuhi semua asumsi klasik, yang memastikan bahwa analisis yang dilakukan dapat diandalkan. Untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, dilakukan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis data tersebut dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Asumsi Klasik

Variabel	Koefisien Regresi	t_{hitung}	Sig. (p-value)
X_1	0.415	4.782	0.000
X_2	0.312	3.956	0.001
Konstanta (α)	8.427	36	36,0
F Hitung	27.653	Sig. F = 0.000	52,0
R^2	0.583	12	12,0

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan Model regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = 8,427 + 0,415X_1 + 0,312X_2$$

Hasil uji regresi menunjukkan nilai *F* hitung 27,653 dengan *Sig.* 0,000 ($< 0,05$), menandakan bahwa kreativitas dan

kepercayaan diri secara simultan berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Nilai R^2 sebesar 0,583 menunjukkan bahwa 58,3% variasi intensi berwirausaha dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan 41,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Secara parsial, variabel kreativitas (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap intensi berwirausaha ($B = 0,415$; $t = 4,782$; $p = 0,000$). Hasil ini memperkuat temuan Anjum et al. (2020) dan Cunha et al. (2022) yang menegaskan bahwa individu dengan tingkat kreativitas tinggi memiliki kemampuan lebih baik dalam mengenali peluang usaha dan mengembangkan ide-ide inovatif yang mendorong intensi berwirausaha. Secara teoretis, hasil ini juga mendukung pandangan Zampetakis et al. (2016) bahwa kreativitas merupakan prediktor kognitif utama dari niat berwirausaha, karena memungkinkan individu untuk berpikir divergen dalam mengatasi ketidakpastian bisnis.

Sementara itu, variabel kepercayaan diri (X_2) juga berpengaruh positif signifikan terhadap intensi berwirausaha ($B = 0,312$; $t = 3,956$; $p = 0,001$). Hasil ini konsisten dengan temuan Kartawinata et al. (2021) yang menyatakan bahwa mahasiswa dengan tingkat kepercayaan diri tinggi memiliki keyakinan yang kuat terhadap kemampuan diri untuk berhasil dalam aktivitas kewirausahaan. Temuan ini sejalan dengan teori Ajzen melalui *Theory of Planned Behavior*, bahwa self-efficacy (keyakinan akan kemampuan diri) berperan penting dalam membentuk intensi perilaku, termasuk intensi berwirausaha (Ajzen, 2020).

Hasil penelitian ini menegaskan kembali bahwa kreativitas merupakan salah satu determinan psikologis utama dalam membentuk intensi berwirausaha mahasiswa. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui perspektif *Entrepreneurial Event Model* dari Shapero yang menyatakan bahwa niat berwirausaha muncul dari persepsi kelayakan dan keinginan individu untuk bertindak ketika dihadapkan pada peluang yang menuntut pemikiran inovatif (Indarwati & Syahrani, 2024). Dalam konteks mahasiswa Universitas Yatsi Madani, kreativitas berperan sebagai pemicu munculnya ide-ide bisnis baru yang realistis untuk diwujudkan dalam bentuk usaha. Kreativitas bukan hanya keterampilan kognitif, tetapi juga representasi dari kesiapan psikologis seseorang untuk menghadapi risiko dan ketidakpastian dalam dunia usaha.

Pengaruh kepercayaan diri terhadap intensi berwirausaha menunjukkan bahwa faktor psikologis internal memiliki kontribusi yang signifikan dalam membentuk kesiapan seseorang menjadi wirausaha. Mahasiswa dengan tingkat kepercayaan diri tinggi akan memiliki persepsi positif terhadap kemampuannya mengelola risiko dan membuat keputusan usaha. Hal ini sejalan dengan temuan Tirtayasa et al. (2021) yang menjelaskan bahwa *self-confidence* berperan signifikan terhadap pembentukan niat kewirausahaan, terutama ketika didukung lingkungan akademik yang memotivasi. Dengan demikian, hasil ini memperkuat pandangan bahwa intervensi pendidikan kewirausahaan yang menekankan pada penguatan *self-efficacy* akan meningkatkan minat dan kesiapan mahasiswa untuk berwirausaha.

Keterpaduan antara kreativitas dan kepercayaan diri sebagai faktor pembentuk intensi berwirausaha juga memperkaya pemahaman teoretis mengenai integrasi aspek kognitif dan afektif dalam entrepreneurial intention model (Li et al., 2023). Penelitian ini menunjukkan bahwa niat berwirausaha bukan hanya hasil dari faktor rasional seperti peluang ekonomi atau dukungan eksternal, tetapi juga hasil dari dinamika psikologis yang saling berinteraksi. Kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Temuan penelitian ini dengan demikian tidak hanya memperkuat teori yang ada, tetapi juga memperluas konteksnya pada lingkungan pendidikan tinggi di Indonesia, khususnya dalam upaya membangun generasi muda yang kreatif dan berdaya saing di bidang kewirausahaan.

D. PENUTUP

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas dan kepercayaan diri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Universitas Yatsi Madani. Hasil analisis regresi linier berganda mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kreativitas mahasiswa, maka semakin kuat pula kecenderungan mereka untuk menumbuhkan intensi berwirausaha. Kepercayaan diri yang tinggi terbukti memperkuat dorongan individu untuk berani mengambil risiko dan berorientasi pada pencapaian dalam aktivitas kewirausahaan. Temuan ini sejalan *Theory of Planned Behavior* yang menekankan pentingnya faktor internal psikologis sebagai determinan perilaku intensional.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar program studi Kewirausahaan Universitas Yatsi Madani meningkatkan kegiatan pembelajaran

berbasis proyek yang dapat menstimulasi kreativitas mahasiswa dan membangun kepercayaan diri melalui pengalaman praktik wirausaha langsung. Dosen dan pengelola fakultas juga dapat mengembangkan pelatihan penguatan karakter kewirausahaan yang menekankan inovasi, keberanian mengambil risiko, dan refleksi diri. Penelitian berikutnya diharapkan dapat memperluas model dengan memasukkan variabel lain seperti efikasi diri, dukungan sosial, dan orientasi masa depan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi intensi berwirausaha. Selain itu, pengumpulan data yang lebih luas lintas fakultas atau lintas universitas akan memperkuat generalisasi hasil dan kontribusi ilmiah terhadap pengembangan pendidikan kewirausahaan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324.
- Alshurideh, M. T., Al Masaeid, T., Alzoubi, H. M., Ghazal, T. M., Hamadneh, S., Al-Dmour, N. A., & Sattar, O. (2022). Components determining the behavior and psychological impact of entrepreneurship among higher vocational students. *Journal for ReAttach Therapy and Developmental Diversities*, 5(SpecialIssue2), 189–200.
- Anjum, T., Farrukh, M., Heidler, P., & Díaz Tautiva, J. A. (2020). Entrepreneurial intention: Creativity, entrepreneurship, and university support. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 11.
- Bican, P. M., & Brem, A. (2020). Digital business model, digital transformation, digital entrepreneurship: Is there a sustainable “digital”? *Sustainability*, 12(13), 5239.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & sons.
- Campa, J. G. R., Valdez-Juárez, L. E., & Ruiz-Zamora, J. A. (2025). Self-Efficacy and Creativity Barriers Affecting the Entrepreneurial Intention of University Students. *International Journal of Business and Management*, 20(1), 127.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Cui, J., Sun, J., & Bell, R. (2021). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial mindset of college students in China: The mediating role of inspiration and the role of educational attributes. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100296.
- Cunha, J., Ferreira, C., Araújo, M., & Nunes, M. L. (2022). The mediating role of entrepreneurial intention between creativity and social innovation tendency. *Social Enterprise Journal*, 18(2), 383–405.
- Frese, M., & Gielnik, M. M. (2023). The psychology of entrepreneurship: Action and process. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 10(1), 137–164.
- Garaika, G., Margahana, H. M., & Negara, S. T. (2019). Self efficacy, self personality and self confidence on entrepreneurial intention: study on young enterprises. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(1), 1–12.
- García-Vidal, G., Sánchez-Rodríguez, A., Pérez-Campdesuñer, R., & Martínez-Vivar, R. (2019). The impact of self-

- confidence, creativity and vision on leadership performance: perceptions at Ecuadorian SMEs owner-managers. *Serbian Journal of Management*, 14(2), 315–325.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Gielnik, M. M., Zacher, H., & Wang, M. (2018). Age in the entrepreneurial process: The role of future time perspective and prior entrepreneurial experience. *Journal of Applied Psychology*, 103(10), 1067.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hidayah, N. (2023). Pengaruh Efikasi Diri, Kreativitas, dan Gairah Berwirausaha Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Jurnal Serina Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 81–89.
- Indarwati, Y. R., & Syahrani, S. (2024). Entrepreneurial intentions of students using the Shapero entrepreneurial event model. *IJEBD (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 7(4), 754–764.
- Kardila, K., & Puspitowati, I. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Pola Pikir Kewirausahaan, Kreativitas terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(4), 1026–1034.
- Kartawinata, B. R., Wardhana, A., Akbar, A., & Dewi, A. R. C. (2021). The Effect of Confidence, Motivation, and Innovation on the Interest in Entrepreneurship of Indonesian Students (Case Study on Students at Telkom University). *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 2055–2063.
- Li, Y., Cao, K., & Jenatabadi, H. S. (2023). Effect of entrepreneurial education and creativity on entrepreneurial intention in college students: mediating entrepreneurial inspiration, mindset, and self-efficiency. *Frontiers in Psychology*, 14, 1240910.
- Lu, G., Song, Y., & Pan, B. (2021). How university entrepreneurship support affects college students' entrepreneurial intentions: An empirical analysis from China. *Sustainability*, 13(6), 3224.
- Maczulskij, T., & Viinikainen, J. (2023). Self-confidence predicts entrepreneurship and entrepreneurial success. *Journal of Business Venturing Insights*, 19, e00382.
- Maghfiroh, R. U., & Hermawan, A. (2022). The Mediation Effect of Self Confidence In The Effect of Self Efficacy on The Creativity of Msme Actors In East Java. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial (JMPIS)*, 4(1).
- Martins, I., Monsalve, J. P. P., & Martinez, A. V. (2018). Self-confidence and fear of failure among university students and their relationship with entrepreneurial orientation: Evidence from Colombia. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 31(3), 471–485.
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 403–419.
- Nurfaizal, Y., & Barros, A. (2025). Creative self-efficacy as mediator and cultural context as moderator in empowerment, mindset, and creative behavior. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 15(2), 288–313.
- Osakede, U. A., Lawanson, A. O., & Sobowale, D. A. (2017). Entrepreneurial interest and academic performance in Nigeria: evidence from undergraduate

- students in the University of Ibadan. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 6(1), 19.
- Pramudita, D. P. D. (2021). Entrepreneurship self-efficacy, attitudes towards entrepreneurship, and student's entrepreneurship interest. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 2(1), 53–67.
- Rodrigues, A. P., Jorge, F. E., Pires, C. A., & António, P. (2019). The contribution of emotional intelligence and spirituality in understanding creativity and entrepreneurial intention of higher education students. *Education+ Training*, 61(7/8), 870–894.
- Satriadi, S., Almaududi Ausat, A. M., Heryadi, D. Y., Widjaja, W., & Sari, A. R. (2022). Determinants of Entrepreneurial Intention: A Study on Indonesian Students. *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 29(3), 3.
- Sintiawati, N., Fajarwati, S. R., Mulyanto, A., Muttaqien, K., & Suherman, M. (2022). Partisipasi civitas akademik dalam implementasi merdeka belajar kampus merdeka (MBKM). *Jurnal Basicedu*, 6(1), 902–915.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R& D*. Bandung: Alfabeta.
- Tirtayasa, S., Khair, H., & Yusri, M. (2021). Influence of education of entrepreneurship, self efficacy, locus of control and entrepreneurs characters of enterprises (the study case is all the students of private university in Medan). *Indonesian Journal of Education, Social Sciences and Research (IJESSR)*, 2(1), 53–64.
- Wu, L., Jiang, S., Wang, X., Yu, L., Wang, Y., & Pan, H. (2022). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of college students: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy and the moderating role of entrepreneurial competition experience. *Frontiers in Psychology*, 12, 727826.
- Zampetakis, L. A., Lerakis, M., Kafetsios, K., & Moustakis, V. S. (2016). The moderating role of anticipated affective ambivalence in the formation of entrepreneurial intentions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(3), 815–838.