
FAKTOR PENENTU MOTIVASI DAN INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA

Oleh

Miftachul Ma'arif

Universitas Sebelas Maret

Email: miftachul.maarif@staff.uns.ac.id

Article History:

Received: 10-02-2022

Revised: 19-02-2022

Accepted: 21-03-2022

Keywords:

Creativity, Self-Efficacy,
Motivation and
Entrepreneurial Intention

Abstract: *The purpose of this study was to determine the effect of creativity and self-efficacy on student entrepreneurship motivation; knowing the effect of creativity and self-efficacy on the entrepreneurial intention of students and knowing the effect of motivation on the entrepreneurial intention of students. The method of data collection was obtained by using a questionnaire on students in the city of Yogyakarta and Surakarta, then 216 respondents were collected. The data analysis tool used is the AMOS Structural Equation Modeling (SEM) technique. The results showed that there was an influence between creativity and self-efficacy on students' entrepreneurial motivation; there is an influence between creativity on students' entrepreneurial intentions and there is an influence of motivation on students' entrepreneurial intentions. However, self-efficacy does not affect the entrepreneurial intention of students*

PENDAHULUAN

Persaingan dunia tenaga kerja semakin pesat, berbanding terbalik dengan ketersediaan lapangan pekerjaan, dimana pertambahan jumlah penduduk tidak dibarengi dengan penambahan lapangan pekerjaan membuat tingkat pengangguran di Indonesia tinggi. Untuk mengatasi tingginya jumlah pengangguran ini diharapkan adanya peran serta perguruan tinggi untuk memberikan solusi menekan pengangguran dengan memperbaiki sistem pendidikan yang bisa menghasilkan tenaga siap pakai. Pendidikan yang baik diharapkan mampu memberikan sumberdaya manusia yang baik pula. Namun dalam kenyataannya sekarang ini, pendidikan juga dianggap berkaitan erat dengan pengangguran, khususnya pengangguran tenaga kerja terdidik. Untuk mengatasi masalah ketenagakerjaan ini, muncul solusi yang dianggap terbaik yaitu wirausaha. Menurut (Aini, Purwana ES., and Saptono 2015), lulusan perguruan tinggi yang dibekali pendidikan dan idealisme, diharapkan mampu mengembangkan diri menjadi pelopor kewirausahaan, bukan menjadi lulusan universitas yang mencari pekerjaan, tapi seharusnya menciptakan lapangan pekerjaan. Jumlah wirausaha yang masih sedikit ini dipengaruhi oleh lingkungan masyarakat yang menganggap pegawai adalah pekerjaan yang paling membanggakan. Dalam ekonomi transisi, negara berkembang bergerak menuju ke arah ekonomi maju; pertumbuhan biasanya menjadi tujuan utama. Hal ini terjadi pula dalam industri perguruan tinggi. Pertumbuhan dan kemampuan bertahan telah menjadi tujuan yang paling umum. Oleh karenanya, sangat penting untuk

menerapkan teori manajemen strategi pada perguruan tinggi karena hal ini memberikan beberapa pandangan yang berbeda pada penentuan keberhasilan ekonomi seperti Pandangan Berbasis Sumber Daya (Resource-Based View) dan Pendekatan Kekuatan Persaingan (Competitive Forces Approach). Saat ini diyakini bahwa aset tak berwujud (intangible assets) adalah dasar dalam menentukan kemampuan unggul suatu perusahaan yang telah mendorong para ahli menggunakan konsep RBV untuk menjelaskan dan menganalisis penentu utama daya saing kultural sesuai dengan jenis organisasi seperti usia dan ukuran perguruan tinggi.

Dengan menggabungkan konsep RBV, perusahaan dan organisasi yang digerakkan pasar (market driven organization), (Hult 2003) menyatakan bahwa empat komponen berbasis pasar: entrepreneurship, innovativeness, market orientation dan organizational learning secara bersama-sama meningkatkan daya saing kultural perusahaan (cultural competitiveness). Istilah intrapreneurship (kewirausahaan dalam organisasi) digunakan sebagai studi pada tingkat organisasi. Daya saing kultural adalah tingkat dimana organisasi cenderung menemukan dan mengisi kesenjangan antara apa yang diinginkan oleh pasar dan apa yang ditawarkan oleh pasar saat ini (Hult 2003). Dalam kerangka daya saing kultural, (Hult 2003) menemukan dampak entrepreneurship sebagai salah satu dari empat komponen berbasis pasar yang berlaku pada jenis organisasi yang berbeda.

Menurut (Hartini 2019), pendidikan kewirausahaan perlu diberikan untuk menanamkan nilai inovatif dan kreatif dalam menanggapi peluang, menciptakan peluang serta ketrampilan dan pengetahuan berwirausaha, karena minat berwirausaha merupakan titik awal bagaimana usaha tersebut dijalankan dan bagaimana cara mengelola risiko. Pendidikan kewirausahaan bukannya memberikan landasan teori mengenai konsep tetapi juga harus membentuk sikap, perilaku dan pola pikir seorang wirausahaan. Intensi berwirausaha mahasiswa yang pernah mendapatkan pendidikan kewirausahaan lebih tinggi dibandingkan mahasiswa yang tidak dan belum pernah mendapatkan pendidikan kewirausahaan. Rata-rata entrepreneurial traits dan entrepreneurial skills mahasiswa yang pernah mendapatkan pendidikan kewirausahaan lebih tinggi dibandingkan mahasiswa yang tidak dan belum pernah mendapatkan pendidikan kewirausahaan.

Kreativitas menjadi aspek penting dalam berwirausaha. Kreativitas menurut (Susana Pérez Lo'pez, n.d.), merupakan kehadiran sebuah gagasan baru, atau sederhananya berpikir sesuatu yang baru. Sejalan dengan (Musanti, Sujana, and Suwendra, n.d.) menyimpulkan bahwa kreativitas itu merupakan kemampuan mengelola, memberdayakan, dan menggunakan pengetahuan apapun yang dimiliki, informasi, pengalaman, dan keterampilan lainnya untuk mengatasi kesulitan. Menguatkan temuan tersebut (Dewi Karyaningsih, Purwana ES., and Wibowo 2017) bahwa salah satu faktor kesuksesan seorang wirausaha adalah kreativitas dan kemampuannya melihat peluang. Kesuksesan seorang wirausaha tidak dapat dipisahkan dari kreativitas dan inovasi. Inovasi ini tidak akan muncul tanpa adanya kreativitas yang tinggi. Kreativitas bahkan menjadi sumber penting dari kekuatan menghadapi persaingan, imbas dari perubahan yang sangat masif.

Kajian sebelumnya terkait efikasi diri dan intensi berwirausaha, seirama bahwa efikasi diri merupakan variabel penting. Temuan (Dewi Karyaningsih, Purwana ES., and Wibowo 2017); (Souitaris et al., 2007); (Fayolle & Gailly, 2008); (De Clercq et al., 2013); (Culbertson et al., 2011) dan (Fitzsimmons & Douglas, 2011) sampai pada kesimpulan tentang

pentingnya efikasi diri bagi minat berwirausaha mahasiswa. Bahkan temuan (Carr & Sequeira, 2007) dan (Zhao et al., 2005) menyimpulkan bahwa efikasi diri ini merupakan pendorong paling kuat mahasiswa untuk berwirausaha. King (2010) berpendapat bahwa efikasi diri merupakan keyakinan bahwa seseorang dapat menguasai suatu situasi dan menghasilkan berbagai hasil positif. Efikasi diri, lanjut King (2010), akan membantu orang-orang dalam berbagai situasi yang tidak memuaskan dan mendorong mereka untuk meyakini bahwa mereka dapat berhasil. Selanjutnya Alwisol (2010) bahwa efikasi diri ini merupakan persepsi diri sendiri mengenai seberapa bagus diri dapat berfungsi dalam situasi tertentu.

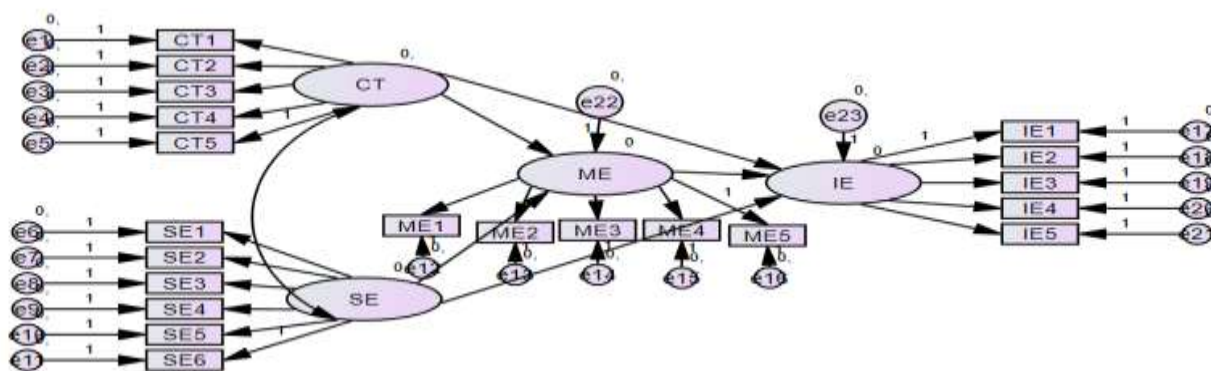
Keyakinan bahwa diri memiliki kemampuan melakukan tindakan yang diharapkan. Individu yang merasa memiliki *self efficacy* yang tinggi akan memiliki intensi yang tinggi untuk kemajuan diri melalui kewirausahaan. Selanjutnya intensi berwirausaha merupakan keinginan, niat, atau tekad yang kuat terhadap dirinya sendiri untuk melakukan tindakan menjadi wirausaha. Intensi berwirausaha ini dapat diperas menjadi beberapa indikator yaitu: (1) keyakinan diri untuk menjadi seorang wirausaha; (2) memilih karir sebagai wirausaha akan lebih baik jika dibandingkan bekerja sebagai karyawan; (3) mencari segala informasi tentang kewirausahaan dan rela mengeluarkan dana; (4) mengikuti pelatihan-pelatihan kewirausahaan; (5) memperluas jaringan sosial untuk menjadi wirausahawan sukses, dan (6) mencari segala informasi tentang bagaimana memperoleh dana. Mengacu pada temuan (Carr & Sequeira, 2007) dan (Zhao et al., 2005) bahwa efikasi diri ini merupakan pendorong paling kuat mahasiswa untuk berwirausaha, maka penelitian ini berusaha melengkapi gap yang masih belum dikaji. Terutama variabel kreativitas jarang dihubungkan dengan efikasi diri. Jika penelitian-penelitian sebelumnya lebih fokus pada intense, motivasi dan efikasi diri, maka penelitian ini berusaha melihat seberapa besar pengaruh kreativitas menjadi variabel pendorong secara bersama sama terhadap motivasi dan intensi berwirausaha mahasiswa.

Hasil berbeda ditemukan pada hasil riset (Iwu et al., 2021), Studi ini juga menemukan bahwa niat berwirausaha bermula dari kompetensi yang dirasakan. Sejalan dengan riset (Zaremozhzabieh et al., 2019) bahwa implikasinya adalah institusi yang menawarkan program kewirausahaan harus memikul tanggung jawab untuk memastikan bahwa orang yang digunakan untuk memberikan kursus tidak hanya berkompeten tinggi tetapi juga dapat menyalakan motivasi dan niat kewirausahaan pada siswa. Hasil riset (Pham et al., 2021), kesan positif dari perilaku kewirausahaan ini meningkatkan peluang untuk menggunakan bias yang menguntungkan dari waktu ke waktu, mendorong siswa untuk mempertahankan keterampilan dan kebijakan keputusan untuk menguji asumsi mereka (Hsu et al., 2019) atau untuk mengikuti efek di mana mereka menganggap kerugian sebagai hal yang tak terelakkan. namun biaya terjangkau untuk melakukan bisnis. Model holistik dikembangkan untuk mengidentifikasi secara terpisah niat untuk menjadi wirausahawan terkait untuk menjadi tipe wirausahawan (Suratno et al., 2021). Yang terakhir terungkap dengan menggunakan eksperimen gabungan untuk mengungkapkan preferensi relatif individu untuk keuntungan, dampak sosial, dan hasil inovasi (Douglas et al., 2021). Tambahan lain diungkapkan bahwa efek moderasi gender pada self-efficacy dan hubungan niat menunjukkan bahwa pembuat kebijakan harus memberikan perhatian khusus pada perbedaan gender saat mereka mengembangkan strategi memotivasi siswa (Elnadi & Gheith, 2021). Riset yang dilakukan (Pérez-Pérez et al., 2021), pendidikan dan pelatihan digunakan untuk meningkatkan niat

berwirausaha, dampak dari praktik pembelajaran pengalaman pada niat kewirausahaan siswa mempertimbangkan peran moderasi dari karakteristik individu seperti jenis kelamin, usia, kedekatan dengan kewirausahaan, kinerja akademik, pengalaman kerja sebelumnya, dan kecenderungan untuk mengambil risiko (Duong et al., 2021). Hasil yang tidak konsisten dari penelitian terdahulu merupakan gap riset dan menjadi celah bagi peneliti untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh kreativitas dan efikasi diri menjadi variabel pendorong secara bersama sama terhadap motivasi dan intensi berwirausaha mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode survei yang digunakan untuk mengumpulkan data dari Mahasiswa yang mempunyai usaha yang berasal dari kampus di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Surakarta. Ukuran sampel untuk penelitian ditentukan dengan “rule of thumb” di bawah panduan persyaratan untuk teknik analisis data (Hair et al, 2013). Pemodelan persamaan struktural membutuhkan 15-20 observasi untuk setiap variabel independen atau prediktor (Hair et al., 2013). Teknik pemodelan persamaan struktural menggunakan statistik chi-square untuk menilai kesesuaian model. Statistik chi-square terhadap ukuran sampel yang tinggi, yaitu semakin besar ukuran sampel, semakin tinggi kemungkinan model akan gagal (Barret, 2007). Dengan demikian, ukuran sampel 100 hingga 400 subjek disarankan untuk model yang memerlukan penggunaan pemodelan persamaan struktural (Hair et al., 2013). Dengan menggunakan rule of thumb, ukuran sampel sebanyak 200 subjek dianggap memadai untuk itu digunakan dalam penelitian ini. Peneliti memperoleh kuesioner lengkap sebanyak 216 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Structral Equation Model (SEM) dengan menggunakan software AMOS.



Gambar 1. Model Analisis

Sumber : Data Diolah, 2021

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas berdasarkan perhitungan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variable	Indicator	Pearson Correlation	Significance	Kesimpulan	Cronbach's Alpha
Kreativitas	Item 1	0,678	0,000	Valid	0,762
	Item 2	0,749	0,000	Valid	
	Item 3	0,691	0,000	Valid	
	Item 4	0,634	0,000	Valid	
	Item 5	0,580	0,005	Valid	
Efikasi Diri	Item 1	0,613	0,000	Valid	0,727
	Item 2	0,611	0,000	Valid	
	Item 3	0,590	0,000	Valid	
	Item 4	0,689	0,000	Valid	
	Item 5	0,710	0,000	Valid	
	Item 6	0,708	0,000	Valid	
Motivasi Berwirausaha	Item 1	0,482	0,000	Valid	0,606
	Item 2	0,762	0,000	Valid	
	Item 3	0,776	0,000	Valid	
	Item 4	0,787	0,000	Valid	
	Item 5	0,727	0,000	Valid	
Intensi Berwirausaha	Item 1	0,815	0,000	Valid	0,886
	Item 2	0,827	0,000	Valid	
	Item 3	0,874	0,000	Valid	
	Item 4	0,853	0,000	Valid	
	Item 5	0,785	0,000	Valid	

***Signifikan pada level 5%**

Sumber : Data Diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas, nilai yang dihitung dari semua item kuesioner termasuk variabel penelitian yaitu kreativitas, efikasi diri, motivasi berwirausaha dan intensi berwirausaha menunjukkan nilai probabilitas (sig) <0,05. Jadi kuesioner dari variabel penelitian semuanya valid, dan nilai Cronbach Alpha diperoleh dari semua hasil termasuk variabel penelitian yaitu kreativitas, efikasi diri, motivasi berwirausaha dan intensi berwirausaha yang menunjukkan lebih besar dari nilai 0,6 dan itu berarti dapat diandalkan. Kemudian sebelum menjawab hipotesis penelitian, pada bagian hasil penelitian akan menjelaskan mengenai deskriptif responden yaitu untuk mengetahui gambaran atau tanggapan responden terhadap variabel penelitian. Berikut adalah nilai rata-rata mengenai tanggapan responden:

Tabel 2. Statistik Deskriptif

Sumber : Data Diolah, 2021

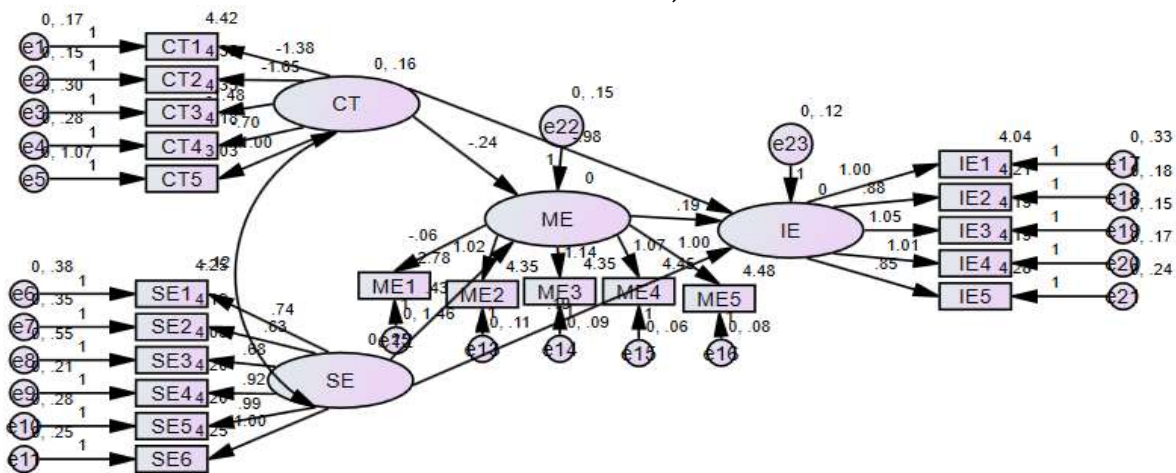
NO	VARIABEL	RERATA	KATEGORI
1	Kreativitas	4,06	Baik
2	Efikasi Diri	4,19	Baik

3	Motivasi Berwirausaha	4,08	Baik
4	Intensi Berwirausaha	4,20	Baik

Berdasarkan tabel deskriptif statistik menunjukkan bahwa variabel kreativitas, efikasi diri, motivasi berwirausaha dan intensi berwirausaha memiliki skor di kisaran 3,41 sd 4,20 dipersepsikan responden Hal ini menunjukkan sudah baik pemahaman kreativitas, efikasi diri, motivasi berwirausaha dan intensi berwirausaha responden. Selanjutnya Hasil Structural Equation Model (SEM) pada persamaan struktural terlihat pada gambar berikut:

Gambar 2. Hasil Pengujian Structural Equation Model

Sumber : Data Diolah, 2021



Gambar 2 menerangkan bahwa indikator-indikator masing-masing variabel mampu merefleksikan variabel penelitian. Model struktural tersebut menggambarkan pengaruh kreativitas dan efikasi diri terhadap Motivasi Berwirausaha dan Intensi Berwirausaha. Nilai pengaruh Kreativitas terhadap Motivasi Berwirausaha sebesar -0,202; nilai pengaruh Efikasi Diri terhadap Motivasi Berwirausaha sebesar 0,448; nilai pengaruh Kreativitas terhadap Intensi Berwirausaha sebesar -0,634; nilai pengaruh Efikasi Diri terhadap Intensi Berwirausaha sebesar 0,152 serta nilai pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Intensi Berwirausaha sebesar 0,151.

Selanjutnya model yang telah disajikan dalam bentuk path diagram, kemudian dinyatakan dalam persamaan-persamaan struktural dan persamaan yang menyatakan spesifikasi model pengukuran (measurement model). Pengujian model dalam Structural Equation Model dilakukan dengan dua pengujian, yaitu uji kesesuaian model dan uji signifikansi kausalitas melalui uji koefisien regresi. Pengujian model fit dengan menggunakan berbagai kriteria, yaitu Chi-square/degree of freedom (CMIN/DF), Adjusted Goodness-Of-Fit Index (AGFI), Goodness-Of-Fit Index (GFI), Comparative Fit Index (CFI), Tucker Lewis Index (TLI) dan Root Mean Square Error Approximation (RMSEA)

Tabel 3. Hasil Pengujian Kelayakan Model

Kriteria	Cut of Value	Hasil	Keterangan
<i>Chi-Square</i>	37,65	39,499	Fit
<i>Probability</i>	$\geq 0,05$	0,062	Fit
<i>CMIN/DF</i>	$\leq 2,00$	1,626	Fit
<i>GFI</i>	$\geq 0,90$	0,954	Fit
<i>AGFI</i>	$\geq 0,90$	0,976	Fit
<i>TLI</i>	$\geq 0,95$	0,996	Fit
<i>CFI</i>	$\geq 0,95$	0,980	Fit
<i>RMSEA</i>	$\leq 0,08$	0,054	Fit

Sumber : Data Diolah, 2021

Hasil dari pengujian kelayakan model penelitian menunjukkan bahwa semua kriteria goodness of fit dapat diterima. Dengan demikian, model akhir yang dikembangkan adalah sesuai (fit) dengan data. Secara keseluruhan model dapat diterima dan langkah selanjutnya menganalisis parameter estimate.

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis

		Standardized direct effect	C.R.	p-value	Hasil Uji
Persamaan ke-1: $ZY_1 = \gamma_{1.1}X_1 + \gamma_{1.2}X_2 + \epsilon_1$					
Kreativitas	Motivasi Berwirausaha	-0,202	-2,081	0,037	Signifikan
Efikasi Diri	Motivasi Berwirausaha	0,448	4,495	0,000	Signifikan
Persamaan ke-2 : $ZY_2 = \gamma_{2.1}Y_1 + \gamma_{2.2}X_1 + \gamma_{2.3}X_2 + \epsilon_2$					
Kreativitas	Intensi Berwirausaha	-0,634	-4,370	0,000	Signifikan
Efikasi Diri	Intensi Berwirausaha	0,152	1,799	0,072	Tidak Signifikan
Motivasi Berwirausaha	Intensi Berwirausaha	0,151	2,238	0,025	Signifikan

*Signifikan pada level 5%

Sumber : Data Diolah, 2021

Sesuai dengan model penelitian, bahwa tujuan akhir analisis adalah menemukan bukti tentang nilai atau harga koefisien pengaruh secara total, karena dalam model diketahui bahwa variabel independen (bebas) berpengaruh terhadap variabel dependen (terikat) melalui variabel intervening (antara). Ini artinya bahwa variabel-variabel kreativitas dan efikasi diri tidak dapat secara langsung berpengaruh terhadap variabel intensi berwirausaha kecuali melalui variabel motivasi berwirausaha. Tabel berikut ini memberikan informasi ringkas mengenai harga-harga koefisien (efek) pengaruh total dari variabel-variabel kreativitas dan efikasi diri terhadap variabel intensi berwirausaha melalui variabel motivasi berwirausaha. Pengaruh total, pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antara variabel kreativitas (X1), efikasi diri (X2) motivasi berwirausaha (Y1) dan intensi berwirausaha (Y2) dapat disajikan dalam model pada tabel berikut :

Tabel 5. Pengaruh Total, Pengaruh Langsung Dan Pengaruh Tidak Langsung Antara Variabel Eksogen Dan Endogen

Variabel	Pengaruh Langsung		Pengaruh Tidak Langsung	Pengaruh Total
	motivasi berwirausaha (Y ₁)	intensi berwirausaha (Y ₂)	intensi berwirausaha (Y ₂)	intensi berwirausaha (Y ₂)
keaktivitas (X ₁)	-0,202	-0,634	-0,030	-0,665
efikasi diri (X ₂)	0,448	0,152	0,068	0,219
motivasi berwirausaha (Y ₁)	-	0,151	-	0,151

Sumber : Data Diolah, 2021

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh antara kreativitas dan efikasi diri terhadap motivasi berwirausaha, terdapat pengaruh antara kreativitas dan motivasi berwirausaha terhadap intensi berwirausaha. Namun tidak adanya pengaruh antara efikasi diri terhadap intensi berwirausaha.

Kreativitas muncul dari proses pembelajaran yang mendukungnya. Itu artinya diperlukan pembelajaran yang mendorong kreativitas; di mulai dari pengembangan materi pembelajaran yang terus dikembangkan secara dinamis, merangsang berpikir kritis serta berpikir divergen. Selanjutnya kreativitas dapat dibangun dengan program intervensi yang spesifik dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan kreativitas ilmiah tersebut. Perancang dan pengembang kurikulum di fakultas harus berkolaborasi dengan para dosen sehingga menghasilkan bahan yang kongruen dengan kreativitas, kecerdasan emosional, dan strategi pembelajaran. Lebih dari itu, karena kreativitas sangat bergantung pada kemampuan dan kapabilitas sumber daya manusia dalam menghasilkan ide, gagasan dan metode untuk menghasilkan kebaruan maupun memperbaiki sesuatu hal yang sudah ada sebelumnya, maka pembelajaran harus mampu mengakomodasi faktor-faktor tersebut. Penciptaan lingkungan belajar yang kondusif bagi efikasi diri mahasiswa perlu ditingkatkan. Misalnya dengan memberikan pengalaman yang menyenangkan dalam kegiatan perkuliahan, atau dengan memberikan persuasi verbal yaitu senantiasa terus meyakinkan mahasiswa bahwa mereka mampu dan bisa untuk berwirausaha. Selain itu sekali waktu atau bahkan beberapa kali, perlu kedatangan pengusaha sukses di dalam perkuliahan. Pengusaha ini diminta untuk berbagi kisah suksesnya, sehingga akan semakin meningkatkan persepsi tentang kewirausahaan, efikasi diri dan intensi mahasiswa untuk berwirausaha. Selanjutnya, agar tercipta budaya berwirausaha, maka mendesak dioptimalkan laboratorium kewirausahaan yang efektif, dengan melibatkan mahasiswa sebagai pengelolanya, dan senantiasa mendorong mereka untuk kreatif mencari terobosan-terobosan pengelolaan usaha/bisnis yang berkembang. Temuan ini logis, karena kreativitas memang berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Hal tersebut diperkuat dengan teori (Zampetakis et al. 2011) yang menyatakan bahwa individu-individu yang kreatif semakin besar kemungkinannya untuk terlibat dalam kewirausahaan, oleh karena itu kreativitas telah diindikasikan sebagai pemicu intensi kewirausahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kreativitas memiliki

pengaruh terhadap intensi berwirausaha, apabila tingkat kreativitas tinggi maka intensi berwirausaha mahasiswa juga akan semakin tinggi, sebab sesuai dengan teori bahwa kewirausahaan sangat erat hubungannya dengan kreativitas, dimana wirausaha selalu dituntut untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan ide yang berguna untuk tetap bertahan dalam persaingan, dan menghasilkan sesuatu yang baru itulah yang disebut sebagai kreativitas.

Selain itu, Krueger et al (1993) berpendapat apabila efikasi diri sangat mempengaruhi perilaku kewirausahaan dan persepsi kelayakan terhadap suatu tindakan, oleh karena itu efikasi diri dianggap penting untuk mendorong peningkatan intensi berwirausaha. Kreativitas dan efikasi diri secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha. Pernyataan ini memiliki kesesuaian dengan TPB (*Theory of Planned Behaviour*) yang dikemukakan oleh (Carr and Sequeira 2007). Intensi, simpul Ajzen, sangat ditentukan oleh tiga determinan penting yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku. Penelitian yang dilakukan (Sarwoko 2011) juga menemukan bahwa intensi berwirausaha dipengaruhi oleh norma subjektif dan efikasi diri, dimana pengaruhnya positif, semakin tinggi dukungan pada mahasiswa, semakin tinggi rasa percaya diri dan kematangan mental, maka semakin tinggi pula niat berwirausaha. Efikasi memiliki peran penting bagi intensi berwirausaha. Efikasi diri (*self-efficacy*) ini merupakan keyakinan pada kemampuan yang dimiliki oleh seseorang. Apabila seseorang tidak yakin dapat memproduksi hasil yang mereka inginkan, mereka memiliki sedikit motivasi untuk bertindak. Seseorang yang memiliki efikasi diri (*self-efficacy*) tinggi mempunyai potensi untuk dapat mengubah kejadian di lingkungannya, akan lebih mungkin untuk bertindak dan lebih mungkin untuk menjadi sukses daripada orang yang mempunyai efikasi diri (*self-efficacy*) yang rendah (Dewi Karyaningsih 2017). (Bandura 2002) juga menyatakan bahwa efikasi diri yang positif adalah keyakinan untuk mampu melakukan perilaku yang dimaksud. Tanpa efikasi diri, orang akan enggan melakukan sesuatu. Efikasi diri, disimpulkan Bandura, akan menunjukkan perilaku tertentu, sekuat apa orang tersebut dapat bertahan saat menghadapi kegagalan atau kesulitan, dan bagaimana kesuksesan atau kegagalan dalam suatu tugas tertentu mempengaruhi perilaku di masa depan. Temuan (Carr and Sequeira 2007) dan (Zhao, Hills, and Seibert 2005) bahwa efikasi diri ini merupakan pendorong paling kuat mahasiswa untuk berwirausaha.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh antara kreativitas dan efikasi diri terhadap motivasi berwirausaha, terdapat pengaruh antara kreativitas dan motivasi berwirausaha terhadap intensi berwirausaha. Namun tidak adanya pengaruh antara efikasi diri terhadap intensi berwirausaha. Berdasarkan hasil tersebut maka saran yang dapat diberikan pada penelitian ini adalah perlu lebih meningkatkan lagi kondisi dan budaya yang mendukung tumbuhnya efikasi diri dan intensi berwirausaha kondusif. Misalnya kegiatan pembelajaran kewirausahaan yang mengakomodir mahasiswa terlibat praktik nyata berwirausaha, motivasi-motivasi tentang kewirausahaan yang konsisten, seminar-seminar tentang kewirausahaan yang terus diadakan, dan tentu saja optimalisasi laboratorium kewirausahaan sebagai tempat bagi inkubasi kewirausahaan mahasiswa.

Bagi Perancang dan pengembang kurikulum Kampus harus menghasilkan materi yang kongruen dengan kreativitas, kecerdasan emosional, dan strategi pembelajaran. Lebih

dari itu, karena kreativitas sangat bergantung pada kemampuan dan kapabilitas sumberdaya manusia dalam menghasilkan ide, gagasan dan metode untuk menghasilkan kebaruan maupun memperbaiki sesuatu hal yang sudah ada sebelumnya, maka pembelajaran harus mampu mengakomodasi faktor-faktor tersebut. Bagi para peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan dalam populasi yang lebih luas dalam kaitannya dengan persepsi tentang kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, efikasi diri, dan intensi berwirausaha mahasiswa yang lebih luas.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terima kasih diucapkan kepada seluruh pihak pada Universitas Sebelas Maret (UNS) dan diluar Lembaga UNS yang terlibat dan yang turut menyukseskan penelitian ini. Semoga nantinya hasil dari penelitian ini memberikan manfaat secara akademis sebagai salah satu literatur tambahan dalam *Entrepreneurship*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aini, S. N., Purwana, D., & Saptono, A. (2014). Pengaruh Lingkungan Keluarga Dan Efikasi Diri Terhadap Motivasi Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents, 3(1), 22–50.
- [2] Hult, G. T. M., Snow, C. C., & Kandemir, D. (2003). The role of entrepreneurship in building cultural competitiveness in different organizational types. Journal of Management, 29(3), 401–426. [https://doi.org/10.1016/S0149-2063\(03\)00017-5](https://doi.org/10.1016/S0149-2063(03)00017-5)
- [3] Hartini, K. (2019). Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu). Al-Intaj, 5(1), 123–124.
- [4] Susana Pe´rez Lo´pez, J. M. M. P. and C. J. V. O. (n.d.). Organizational learning as a determining factor in business performance.
- [5] Musanti, N. W. I., Sujana, N., & Suwendra, I. W. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Dalam Usaha Kecil Di Singaraja. Jurnal Pendidikan Ekonomi, 11(2).
- [6] Dewi Karyaningsih, R. P., Purwana ES., D., & Wibowo, A. (2017). Hubungan Pola Asuh, Kurikulum Kewirausahaan Dan Intensi Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB), 5(1), 1. <https://doi.org/10.21009/jpeb.005.1.1>
- [7] Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. Journal of Business Venturing, 22(4), 566–591. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.002>
- [8] Fayolle, A., & Gailly, B. (2008). From craft to science: Teaching models and learning processes in entrepreneurship education. In Journal of European Industrial Training (Vol. 32, Issue 7). <https://doi.org/10.1108/03090590810899838>
- [9] De Clercq, D., Honig, B., & Martin, B. (2013). The roles of learning orientation and passion for work in the formation of entrepreneurial intention. International Small Business Journal, 31(6), 652–676. <https://doi.org/10.1177/0266242611432360>
- [10] Culbertson, S. S., Smith, M. R., & Leiva, P. I. (2011). Enhancing entrepreneurship: The

- role of goal orientation and self-efficacy. *Journal of Career Assessment*, 19(2), 115–129. <https://doi.org/10.1177/1069072710385543>
- [11] Fitzsimmons, J. R., & Douglas, E. J. (2011). Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 431–440. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.01.001>
- [12] Carr, J. C., & Sequeira, J. M. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A Theory of Planned Behavior approach. *Journal of Business Research*, 60(10), 1090–1098. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.12.016>
- [13] Zhao, H., Hills, G. E., & Seibert, S. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>
- [14] King, Laura A. (2010). *Psikologi Umum*. (Alih Bahasa: Brian Marwendys). Jakarta: Salemba Humanika
- [15] Alwisol. (2010). *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press
- [16] Iwu, C. G., Opute, P. A., Nchu, R., Eresia-Eke, C., Tengeh, R. K., Jaiyeoba, O., & Aliyu, O. A. (2021). Entrepreneurship education, curriculum and lecturer-competency as antecedents of student entrepreneurial intention. *International Journal of Management Education*, 19(1), 100295. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.03.007>
- [17] Zaremohzzabieh, Z., Ahrari, S., Krauss, S. E., Samah, A. B. A., Meng, L. K., & Ariffin, Z. (2019). Predicting social entrepreneurial intention: A meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Journal of Business Research*, 96(June 2018), 264–276. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.030>
- [18] Pham, D., Jones, P., Dobson, S., Liñán, F., & Viala, C. (2021). Entrepreneurial implementation intention as a tool to moderate the stability of entrepreneurial goal intention: A sensemaking approach. *Journal of Business Research*, 123(October 2020), 97–105. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.051>
- [19] Hsu, D. K., Burmeister-Lamp, K., Simmons, S. A., Foo, M. Der, Hong, M. C., & Pipes, J. D. (2019). “I know I can, but I don’t fit”: Perceived fit, self-efficacy, and entrepreneurial intention. *Journal of Business Venturing*, 34(2), 311–326. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.08.004>
- [20] Suratno, Narmaditya, B. S., & Wibowo, A. (2021). Family economic education, peer groups and students’ entrepreneurial intention: the mediating role of economic literacy. *Heliyon*, 7(4), e06692. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06692>
- [21] Douglas, E. J., Shepherd, D. A., & Venugopal, V. (2021). A multi-motivational general model of entrepreneurial intention. *Journal of Business Venturing*, 36(4), 106107. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2021.106107>
- [22] Elnadi, M., & Gheith, M. H. (2021). Entrepreneurial ecosystem, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intention in higher education: Evidence from Saudi Arabia. *International Journal of Management Education*, 19(1), 100458. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100458>
- [23] Pérez-Pérez, C., González-Torres, T., & Nájera-Sánchez, J. J. (2021). Boosting entrepreneurial intention of university students: Is a serious business game the key? *International Journal of Management Education*, xxxx. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100506>

-
- [24] Duong, Q. H., Nguyen, T. B. N., & Nguyen, T. K. C. (2021). The impact of perceived regulatory support on social entrepreneurial intention: A survey dataset in Vietnam. *Data in Brief*, 37, 107233. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2021.107233>
- [25] Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2013). *Multivariate Data Analysis: Global Perspective*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- [26] Zampetakis, L. A., Gotsi, M., Andriopoulos, C., & Moustakis, V. (2011). Creativity and Entrepreneurial Intention in Young People. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 12(3), 189–199. <https://doi.org/10.5367/ijei.2011.0037>
- [27] Sarwoko, E. (2011). Kajian Empiris Entrepreneur Intention Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 16(2), 126–135.
- [28] Bandura, A. (2002). Knowledge management in a multimedia environment: Some key research issues. 2002 Student Conference on Research and Development: Globalizing Research and Development in Electrical and Electronics Engineering, SCORed 2002 - Proceedings, 1–7. <https://doi.org/10.1109/SCORED.2002.1033040>