

KREATIVITAS TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA YANG DI MEDIASI OLEH HASRAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA KOTA BANDUNG

Hadya Zarifa¹, Jurry Hatammimi²

Universitas Telkom^{1,2}

hadyahendarman@student.telkomuniversity.ac.id¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara kreativitas dan minat berwirausaha, dengan hasrat berwirausaha sebagai mediator, di kalangan mahasiswa Kota Bandung. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan teknik purposive sampling. Sebanyak 100 mahasiswa Kota Bandung menjadi responden dalam penelitian ini. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS), termasuk uji outer model, inner model, dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha dan hasrat berwirausaha. Selain itu, ditemukan bahwa hasrat berwirausaha berperan sebagai mediator antara kreativitas dan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Kota Bandung. Simpulan, bahwa temuan penelitian ini dapat memberikan wawasan penting bagi upaya meningkatkan minat berwirausaha di tengah-tengah masyarakat, khususnya di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci : Hasrat Berwirausaha, Kreativitas, Minat Berwirausaha

ABSTRACT

This research aims to explore the relationship between creativity and interest in entrepreneurship, with the desire for entrepreneurship as a mediator, among Bandung City students. A quantitative approach was used with a purposive sampling technique. A total of 100 Bandung City students were respondents in this research. Data analysis was carried out using Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS), including outer model testing, inner model testing, and hypothesis testing. The research results show that creativity has a significant influence on entrepreneurial interest and entrepreneurial desire. In addition, it was found that the desire for entrepreneurship acts as a mediator between creativity and interest in entrepreneurship among Bandung City students. The conclusion is that the findings of this research can provide important insights for efforts to increase interest in entrepreneurship in society, especially among students.

Keywords: *Entrepreneurial Desire, Creativity, Entrepreneurial Interest*

PENDAHULUAN

Kurangnya prospek lapangan kerja di Indonesia telah berkontribusi pada peningkatan tingkat pengangguran dan, jika tidak segera diatasi, dapat menimbulkan tantangan sosial tambahan. Salah satu solusi potensial terhadap dilema ini adalah dengan mendorong kewirausahaan, yang telah diakui secara luas kontribusinya terhadap

kemajuan perekonomian nasional. Meskipun jumlah pelaku usaha di Indonesia sudah meningkat, rasio kewirausahaan masih jauh tertinggal dibandingkan dengan negara maju. Menurut Global Entrepreneur Index, rasio kewirausahaan Indonesia hanya mencapai 3,47%, menjadi yang terendah di Asia Tenggara. Secara umum, individu wirausaha mencakup sekitar 14% populasi di negara lain (MPR, 2023). Untuk membantu perluasan sektor kewirausahaan, pemerintah telah menetapkan berbagai kebijakan, salah satunya adalah program Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Jumlah UMKM di Indonesia mencapai 65,46 juta, menurut Laporan Investasi ASEAN 2022 yang diterbitkan pada Oktober 2022. Perusahaan-perusahaan ini menyumbang 97% dari angkatan kerja dan berkontribusi 60,3% terhadap PDB negara. Terlepas dari besarnya kontribusi UMKM, peningkatan rasio kewirausahaan di Indonesia masih perlu diselaraskan dengan kemajuan perekonomian global.

Menurut penelitian Hatammimi & Purnama (2022), terjadi peningkatan jumlah calon wirausaha di kalangan mahasiswa, khususnya di Kota Bandung yang memiliki jumlah mahasiswa yang cukup tinggi. Generasi Z, yang banyak diwakili oleh mahasiswa, cenderung memiliki kemampuan dan keahlian kreatif serta inovatif yang dapat berkontribusi dalam membangun perekonomian bangsa melalui wirausaha (kemendikbud, 2022). Mereka diperkirakan akan memanfaatkan kemajuan teknologi, termasuk aktif menggunakan e-marketplace untuk berwirausaha. Dari potensi wirausaha mahasiswa tersebut, salah satu potensi usaha yang cukup besar adalah kewirausahaan wanita yang dinilai cukup penting untuk pemberdayaan sosial dan ekonomi suatu negara. Potensi besar wanita dalam meningkatkan ekonomi melalui kewirausahaan dapat memberikan kontribusi pada perekonomian dan kesejahteraan diri sendiri, keluarga, dan masyarakat secara keseluruhan. Indonesia memiliki peluang besar untuk mendorong pertumbuhan kewirausahaan Wanita (Anggadwita *et.al*, 2021). Namun, data menunjukkan bahwa lulusan perguruan tinggi jenjang S1 dan D3 masih menjadi penyumbang tertinggi pengangguran di Kota Bandung, mencapai lebih dari 24 ribu orang menurut data Disnakertrans Kota Bandung. Oleh karena itu, artikel menyarankan perlunya pembentukan karakter mahasiswa yang mendorong mereka untuk menjadi pencipta pekerjaan melalui wirausaha, sebagai respons terhadap kesenjangan antara peningkatan minat wirausaha dan tingginya angka pengangguran lulusan perguruan tinggi.

Salah satu strategi untuk meningkatkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Kota Bandung adalah melalui pengembangan kreativitas berwirausaha. Kreativitas, yang terkait dengan kemampuan menghasilkan ide-ide kreatif dan inovatif, menjadi kunci untuk memulai bisnis baru. Mahasiswa di Kota Bandung telah menunjukkan kreativitas melalui prestasi dalam berbagai kompetisi dan penghargaan, seperti mahasiswa Telkom University yang sukses dalam Pekan Kreativitas Mahasiswa (Dewi, 2020) dan mahasiswa ITB yang meraih posisi teratas dalam lomba rencana bisnis (itb, 2017). Selain kreativitas, hasrat berwirausaha atau "entrepreneurial passion" juga menjadi faktor penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha (Livandy & Nuringsih, 2022). Mahasiswa di Kota Bandung menunjukkan hasrat ini melalui partisipasi aktif dalam workshop dan acara wirausaha yang diadakan oleh kampus dan universitas. Fenomena ini mencerminkan hubungan positif antara kreativitas, hasrat berwirausaha, dan minat berwirausaha, yang menjadi dasar penelitian berjudul 'Pengaruh Kreativitas terhadap Minat Berwirausaha yang Dimediasi Oleh Hasrat Berwirausaha', yang menjadi fokus penelitian. Selain itu, pendorong lain praktik kewirausahaan yang terkait dengan minat dan hasrat wirausaha salah satunya ialah

kompetensi kewirausahaan dan asosiasinya dengan kinerja serta pertumbuhan bisnis (Gustomo *et.al.*, 2019).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dampak kreativitas terhadap minat berwirausaha dengan peran mediator dari hasrat berwirausaha pada mahasiswa Kota Bandung. Dalam penelitian Majid *et al.* (2021) tentang pengaruh kreativitas pada niat kewirausahaan menunjukkan bahwa kreativitas secara positif dan signifikan mempengaruhi niat berwirausaha. Hasilnya juga menunjukkan bahwa hasrat berwirausaha memediasi dalam hubungan antara kreativitas dan niat berwirausaha. Berdasarkan dengan fenomena tingginya Tingkat lulusan mahasiswa dibandingkan rendahnya rasio kewirausahaan Indonesia, penelitian ini akan menguji kaitan antara kreativitas, hasrat berwirausaha, dan minat berwirausaha. Dan rumusan masalah dari penelitian ini yaitu bagaimana Kreativitas berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha, bagaimana Kreativitas berpengaruh terhadap Hasrat berwirausaha, bagaimana Hasrat berwirausaha berpengaruh terhadap minat berwirausaha, dan bagaimana Hasrat berwirausaha memediasi pengaruh antara Kreativitas dan Minat Berwirausaha mahasiswa Kota Bandung.

KAJIAN TEORI

Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan hal-hal baru yang sesuai dengan realitas sosial sehingga menghasilkan inovasi dan peluang bisnis (Ferreira-Neto *et al.*, 2023). Inovasi adalah gabungan faktor produksi yang dilakukan oleh pelaku bisnis dan merupakan salah satu kekuatan penggerak utama pertumbuhan ekonomi (Hatamimmi & Singgih, 2022). Semakin tinggi suatu kreativitas maka, akan mendorong peningkatan minat masyarakat khususnya mahasiswa (Cardon *et al.*, 2013). Kreativitas adalah karakteristik utama dari kewirausahaan, yang membutuhkan ide-ide baru dan kreatif untuk diterapkan (Kumar & Shukla, 2023). Menurut Chua and Bedford (2016) menjadi kreatif adalah kualitas yang harus dimiliki oleh seorang pengusaha yang sukses. Pada penelitian kali ini, pengukuran variabel kreativitas akan diukur menggunakan sembilan item pernyataan yang mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Biraglia & Kadile (2017). Karena pada saat yang sama, kreativitas dapat muncul dari interaksi antara individu dan lingkungan (Hatammimi & Afanassieva, 2022).

Hasrat Berwirausaha

Hasrat Berwirausaha dapat didefinisikan sebagai serangkaian pola-pola yang kompleks dari reaksi mental, otak, dan fisik, yang disebabkan dan diatur oleh antusiasme (Ferreira-Neto *et al.*, 2023). Individu yang memiliki tingkat antusiasme atau hasrat yang tinggi lebih cenderung memiliki keinginan untuk menjadi pengusaha (Murad *et al.*, 2021). Hasrat berwirausaha diperlukan sebagai sarana untuk mencapai tingkat kinerja yang tinggi, mengatasi hambatan, dan juga dapat membantu para pelaku bisnis dalam memperoleh hasil bisnis yang relevan (Kumar & Shukla, 2023). Studi oleh Karimi (2020) berpendapat bahwa gairah kewirausahaan atau hasrat berwirausaha memotivasi orang untuk mengetahui peluang inovatif dan mengembangkan niat bisnis baru.

Minat Berwirausaha

Minat atau intensi berwirausaha mengacu pada keinginan seseorang untuk memulai usaha baru (Engle *et al.*, 2010). Menurut Hisrich & Kearney (2014) niat atau

intensi berwirausaha dapat digambarkan sebagai interpretasi mental dari tindakan yang diperlukan untuk mendirikan bisnis baru sendiri ataupun untuk menciptakan nilai bagi perusahaan yang sudah ada (Fini et al., 2012). Menurut Hatammimi & Nurafifah (2023) Kewirausahaan adalah kegiatan ekonomi yang lazim di Indonesia, yang dilakukan oleh hampir semua individu dalam berbagai tingkat skala. Sebaliknya, niat berwirausaha berkaitan dengan aspirasi individu untuk mendirikan perusahaan komersial baru (Engle et al., 2010). mengacu pada keinginan seseorang untuk memulai usaha baru (Engle et al., 2010). Menurut Hamdani et al. (2023) niat atau intensi berwirausaha dapat digambarkan sebagai interpretasi mental dari tindakan yang diperlukan untuk mendirikan bisnis baru sendiri ataupun untuk menciptakan nilai bagi perusahaan yang sudah ada. Menurut Hisrich & Kearney (2014) niat atau intensi berwirausaha dapat digambarkan sebagai interpretasi mental dari tindakan yang diperlukan untuk mendirikan bisnis baru sendiri ataupun untuk menciptakan nilai bagi perusahaan yang sudah ada (Fini et al., 2012). Menurut Safitri & Hatammimi (2014) faktor yang memberikan dorongan terkuat untuk berwirausaha khususnya pada mahasiswa adalah faktor keluarga (*family factor*) dan faktor pengangguran (*unemployment factor*) Lalu, adapula beberapa penelitian yang menyebutkan bawa kreativitas dan hasrat berwirausaha merupakan prediktor terkuat untuk mengidentifikasi pengaruh niat usaha (Kumar & Shukla, 2023; Murad et al., 2021)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dan berpijak pada paradigma positivis. SEM-PLS digunakan untuk menganalisis data, dan komponen-komponennya terdiri dari outer model, inner model, dan pengujian hipotesis. Metodologi penelitian yang dipilih adalah survei dimana kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kreativitas (X), sementara variabel dependen adalah Minat Berwirausaha (Y) yang diintervensi oleh Hasrat Berwirausaha (Z).

Pada skala Likert mulai dari satu sampai lima, kuesioner disebarkan. Peneliti akan melakukan analisis terhadap suatu populasi, yang diartikan sebagai pengelompokan individu, kejadian, atau objek (Indrawati, 2017:164). Dalam lingkup penelitian ini, demografinya mencakup seluruh 172.175 siswa yang berdomisili di Kota Bandung (Agustian, 2023a). Sebaliknya, sampel terdiri dari sebagian populasi yang sengaja dipilih untuk berpartisipasi dalam penelitian, baik sebagai subjek observasi, penerima intervensi, atau sebagai responden (Indrawati, 2017). Karena ukuran populasi diketahui secara pasti dalam penyelidikan ini, rumus Yamane digunakan untuk menentukan sampel. Sesuai dengan rumus Yamane, diperlukan minimal 100 responden untuk penelitian ini. Sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan metode nonprobability sampling.

Uji Validitas Konvergen dan Validitas Diskriminan digunakan untuk menilai validitas, sedangkan Cronbach's Alpha digunakan untuk mengevaluasi reliabilitas. Data penelitian ini dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif. Hasil tersebut dikategorikan sesuai dengan kriteria penilaian untuk setiap pernyataan dalam kuesioner, seperti terlihat pada Tabel 2 yang terlampir di bawah ini. Data tersebut selanjutnya dianalisis menggunakan Partial Least Squares (PLS), khususnya SEM-PLS. Partial Least Squares merupakan metode analisis yang sering disebut dengan “soft modeling” karena dihilangkannya beberapa asumsi regresi, antara lain keharusan data mengikuti distribusi normal dan tidak adanya permasalahan multikolinearitas antar variabel

eksogen (Ghozali, 2021) . Dua sub-model yang menyusun analisis PLS-SEM adalah model pengukuran, disebut juga model luar, dan model struktural, yang sering disebut model dalam.

Tabel 1.
Kriteria Analisis Deskriptif

Persentase	Kriteria
20% - 36%	Sangat Tidak Baik
36,01% - 52%	Tidak Baik
52,01% - 68%	Cukup Baik
68,01% - 84%	Baik
84,01% - 100%	Sangat Baik

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Koresponden

Berdasarkan data 100 responden, karakteristik responden berdasarkan usia didominasi oleh Mahasiswa Perempuan dengan persentase 52%, dan Mahasiswa Laki-Laki sebanyak 48%. Jika digolongkan berdasarkan Universitas, responden berasal dari 9 universitas terakreditasi baik di Kota Bandung dengan komposisi 14% mahasiswa Telkom, 12% mahasiswa UNPAD, 12% mahasiswa UNPAR, 12% mahasiswa Universitas Maranatha, 11% Universitas Widyatama, 11% mahasiswa ITB, 9% mahasiswa UPI, 9% mahasiswa UNIKOM, dan 8% mahasiswa UNISBA.

Tabel 2.
Analisis Deskriptif Variabel Kreativitas

No	Per	Kreatifitas					Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
		Keterangan Skor							
		1	2	3	4	5			
1	C1	4	7	19	49	21	100	376	500
		4.00%	7.00%	19.00%	49.00%	21.00%	100.00%	75.20%	
2	C2	4	8	18	46	24	100	378	500
		4.00%	8.00%	18.00%	46.00%	24.00%	100.00%	75.60%	
3	C3	2	9	22	43	24	100	378	500
		2.00%	9.00%	22.00%	43.00%	24.00%	100.00%	75.60%	
4	C4	7	6	17	43	27	100	377	500
		7.00%	6.00%	17.00%	43.00%	27.00%	100.00%	75.40%	
5	C5	7	6	25	33	29	100	371	500
		7.00%	6.00%	25.00%	33.00%	29.00%	100.00%	74.20%	
6	C6	7	8	27	34	24	100	360	500
		7.00%	8.00%	27.00%	34.00%	24.00%	100.00%	72.00%	
7	C7	10	4	25	43	18	100	355	500
		10.00%	4.00%	25.00%	43.00%	18.00%	100.00%	71.00%	
8	C8	7	8	23	33	29	100	369	500
		7.00%	8.00%	23.00%	33.00%	29.00%	100.00%	73.80%	
9	C9	7	11	18	46	18	100	357	500
		7.00%	11.00%	18.00%	46.00%	18.00%	100.00%	71.40%	
Skor Total							3321	4500	
							73.80%		

Tabel 2 menunjukkan bahwa variabel Kreativitas tergolong dalam kategori 'Baik' dengan persentase sebesar 73.80%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa di Kota Bandung memiliki tingkat kreativitas yang memadai. Pernyataan dengan skor tertinggi adalah C2 "Saya baik dalam memberikan pendekatan baru terhadap masalah" dan C3 "Saya sering hadir dengan ide-ide baru," keduanya mencapai

persentase sebesar 75.60%. Sementara itu, pernyataan dengan skor terendah adalah C7 "Saya baik dalam menghasilkan ide-ide kreatif" dengan persentase 71%.

Tabel 1.
Analisis Deskriptif Hasrat berwirausaha

Kreatifitas									
No	Per	Keterangan Skor					Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
		1	2	3	4	5			
1	EP1	3	8	19	37	33	100	389	500
		3.00%	8.00%	19.00%	37.00%	33.00%	100.00%	77.80%	
2	EP2	5	9	14	34	38	100	391	500
		5.00%	9.00%	14.00%	34.00%	38.00%	100.00%	78.20%	
3	EP3	3	9	21	29	38	100	390	500
		3.00%	9.00%	21.00%	29.00%	38.00%	100.00%	78.00%	
4	EP4	4	7	21	24	44	100	397	500
		4.00%	7.00%	21.00%	24.00%	44.00%	100.00%	79.40%	
Skor Total							1567	78.35%	2000

Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel Hasrat Berwirausaha masuk dalam kategori 'Baik' dengan persentase sebesar 78.35%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hasrat berwirausaha yang dimiliki oleh mahasiswa di Kota Bandung dapat dianggap baik. Pernyataan dengan skor tertinggi adalah EP4, yakni "Jadi seorang founder bisnis merupakan hal penting yang saya inginkan," mencapai persentase 79.40%. Di sisi lain, pernyataan dengan skor terendah adalah EP1, "Saya akan merasa energik apabila memiliki sebuah bisnis," dengan persentase 77.80%.

Tabel 4.
Analisis Deskriptif Minat Berwirausaha

Kreatifitas									
No	Per	Keterangan Skor					Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
		1	2	3	4	5			
1	EI1	5	11	9	38	37	100	376	500
		5.00%	11.00%	9.00%	38.00%	37.00%	100.00%	75.20%	
2	EI2	6	9	21	30	34	100	378	500
		6.00%	9.00%	21.00%	30.00%	34.00%	100.00%	75.60%	
3	EI3	5	10	15	37	33	100	378	500
		5.00%	10.00%	15.00%	37.00%	33.00%	100.00%	75.60%	
4	EI4	1	5	18	33	43	100	377	500
		1.00%	5.00%	18.00%	33.00%	43.00%	100.00%	75.40%	
5	EI5	3	10	16	35	36	100	371	500
		3.00%	10.00%	16.00%	35.00%	36.00%	100.00%	74.20%	
6	EI6	4	10	12	29	45	100	360	500
		4.00%	10.00%	12.00%	29.00%	45.00%	100.00%	72.00%	
Skor Total							2355	78.50%	3000

Tabel 4 menunjukkan bahwa variabel Minat Berwirausaha berada dalam kategori 'Baik' dengan persentase sebesar 78.50%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan, minat berwirausaha yang dimiliki oleh mahasiswa di Kota Bandung dapat dianggap baik. Pernyataan dengan skor tertinggi adalah EI4, yakni "Saya bertekad untuk membuat bisnis di masa depan," dengan persentase 82.40%. Sebaliknya, pernyataan dengan skor terendah adalah EI2, "Tujuan profesional saya adalah menjadi seorang pengusaha," mencapai persentase 75.40%. Jika kita merinci nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel Minat Berwirausaha pada garis kontinum, hasilnya sebagai berikut:

Tabel 5.
Outer Loading Validitas Konvergen

Kreativitas (X)	Minat Berwirausaha (Y)	Hasrat Berwirausaha (Z)
C1	0,808	EI1 0,870 EP1 0,852
C2	0,800	EI2 0,841 EP2 0,839
C3	0,732	EI3 0,882 EP3 0,833
C4	0,713	EI4 0,761 EP4 0,852
C5	0,765	EI5 0,792
C6	0,852	EI6 0,888
C7	0,832	
C8	0,723	
C9	0,732	

Terlihat dari Tabel 6 bahwa nilai pembebanan eksterior untuk setiap indikator melebihi 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator variabel yang digunakan memenuhi aturan praktis outer loading untuk validitas konvergen.

Tabel 6.
AVE Validitas Konvergen

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Kreativitas	0,600
Hasrat Berwirausaha	0,706
Minat Berwirausaha	0,713

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai AVE keseluruhan variabel di atas 0,50. Hal ini berarti seluruh variabel yang digunakan memenuhi rule of thumb AVE untuk convergent validity. Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan parameter outer loading dan AVE dapat diketahui bahwa seluruh indikator dan variabel laten yang digunakan memenuhi *rule of thumb* validitas konvergen.

Tabel 7.
Outer Loading Validitas Diskriminan Modifikasi

Kreativitas (X)	Minat Berwirausaha (Y)	Hasrat Berwirausaha (Z)
C1	0,808	EI1 0,862 EP1 0,901
C2	0,801	EI2 0,845 EP2 0,854
C3	0,732	EI3 0,797 EP3 0,835
C4	0,715	EI4 0,793
C5	0,763	EI5 0,895
C6	0,851	EI6 0,862
C7	0,831	
C8	0,724	
C9	0,733	

Terlihat dari Tabel 7 bahwa nilai pembebanan periferal untuk setiap indikator melebihi 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator variabel yang digunakan memenuhi aturan praktis outer loading untuk validitas konvergen.

Tabel 8.
AVE Validitas Diskriminan Modifikasi

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Kreativitas	0,600
Hasrat Berwirausaha	0,706
Minat Berwirausaha	0,713

Analisis menunjukkan bahwa nilai AVE setiap variabel melebihi 0,50. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan mematuhi aturan praktis AVE untuk menilai validitas konvergen. Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan parameter outer loading dan AVE dapat diketahui bahwa seluruh indikator dan variabel laten yang digunakan memenuhi *rule of thumb* uji validitas konvergen.

Tabel 9.
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Kreativitas	0,932	0,944
Hasrat Berwirausaha	0,915	0,937
Minat Berwirausaha	0,875	0,923

Temuan tabel mengenai uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa seluruh variabel mempunyai nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,7 dan nilai Composite Reliability melebihi 0,7. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model penelitian memenuhi kriteria kepatuhan uji reliabilitas.

Tabel 2.
R-Square

	R-Square	R-Square Adjusted
Minat Berwirausaha (Y)	0.643	0.636
Hasrat Berwirausaha (Z)	0.532	0.528

Dengan R-square sebesar 0,643 dan Adjusted R-square sebesar 0,636 maka variabel Minat Berwirausaha termasuk dalam kategori kuat. Temuan ini menunjukkan bahwa Kreativitas dan Keinginan Berwirausaha mempunyai pengaruh sebesar 63,6% terhadap variabel Minat Berwirausaha. Variabel lain menyumbang 36,4% varians yang tersisa. Dengan R-square sebesar 0,532 dan Adjusted R-square sebesar 0,528 maka variabel Keinginan Berwirausaha berada dalam rentang sedang. Temuan ini menunjukkan bahwa Kreativitas memberikan pengaruh sebesar 52,8% terhadap variabel Keinginan Berwirausaha, dan sisanya sebesar 42,7% disebabkan oleh variabel lain.

Tabel 3.
F-Square

	Kreativitas	Minat Berwirausaha	Hasrat Berwirausaha
Kreativitas (X)		0.170	1.139
Minat Berwirausaha (Y)			

Hasrat Berwirausaha (Z)	0.329
-------------------------	-------

Berdasarkan effect size, apabila konstruk Kreativitas dikeluarkan, maka dampak perubahan R^2 Minat Berwirausaha sebesar 0,170 yang tergolong ke dalam pengaruh moderat. Berdasarkan effect size, apabila konstruk Kreativitas dikeluarkan, maka dampak perubahan R^2 Hasrat Berwirausaha sebesar 1,139 yang tergolong ke dalam pengaruh kuat. Berdasarkan effect size, apabila konstruk Hasrat Berwirausaha dikeluarkan, maka dampak perubahan R^2 Minat Berwirausaha sebesar 0,329 yang tergolong ke dalam pengaruh kuat

Tabel 12.
Q-Square Test

	Q² Predict
Minat Berwirausaha	0.493
Hasrat Berwirausaha	0.447

Berdasarkan tabel 12 dapat diketahui bahwa nilai *Q-square* variabel *Entrepreneurial Intention* sebesar 0,434 atau 43,4%, sedangkan hasil *Q-square* variabel *Entrepreneurial Passion* sebesar 0,384 atau 38,4%. Berdasarkan hal tersebut, kedua *Q-square predictive relevance* di atas 0, sehingga konstruk memiliki hasil *predictive relevance* atau memiliki nilai observasi yang baik.

Tabel 43.
Goodness of Fit (GoF)

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.070	0.070
NFI	0.774	0.774

Berdasarkan tabel 14 dapat diketahui nilai SRMR di bawah 0,08 yaitu 0,072 sehingga model memiliki fit yang baik. Selain itu, berdasarkan nilai NFI sebesar 0,791 yang termasuk ke dalam marginal fit karena memiliki nilai di bawah 0,90. Hal ini menunjukkan bahwa outer model dan inner model pada penelitian ini tergolong kuat untuk prediksi.

Tabel 14.
Hajil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hubungan	Path Coefficient	T-Statistic	P-Value	Ket
Direct Effect					
H ₂	Kreativitas->Hasrat Berwirausaha	0.360	3.854	0.000	Diterima
H ₃	Hasrat Berwirausaha ->Minat Berwirausaha	0.730	13.602	0.000	Diterima
Indirect Effect					
H ₄	Kreativitas->Hasrat Berwirausaha->Minat Berwirausaha	0.501	5.491	0.000	Diterima

Hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan secara statistik antara variabel Kreativitas (X) dan Minat Berwirausaha (Y) serta Keinginan Berwirausaha (Z). Minat Berwirausaha (Y) dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh variabel Keinginan Berwirausaha (Z). Sementara itu, hubungan Minat Berwirausaha (Z) dengan Kreativitas (X) dimediasi oleh Keinginan Berwirausaha (Z).

- 1) Temuan uji hipotesis H1 mendukung kesimpulan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan secara statistik antara kreativitas dan minat berwirausaha. Hasil tersebut menunjukkan bahwa minat mahasiswa untuk berwirausaha meningkat seiring dengan tingkat kreativitasnya. Umumnya, siswa yang memiliki ide-ide inovatif dan pikiran kreatif mampu mempraktikkan konsep-konsep tersebut.
- 2) Temuan analisis uji hipotesis menunjukkan bahwa *bhibaaa* (13,602) lebih besar dari *bbaba* (1,65); Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan positif secara statistik antara kreativitas dan keinginan berwirausaha. Dengan demikian hipotesis kedua (H2) terkonfirmasi dan dapat disimpulkan bahwa cita-cita berwirausaha mahasiswa meningkat seiring dengan tingkat kreativitasnya.
- 3) Temuan uji hipotesis H3 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan positif secara statistik antara minat berwirausaha dengan keinginan untuk melakukan kegiatan wirausaha. Akibatnya, minat berwirausaha siswa meningkat seiring dengan ambisi berwirausahanya. Murad dkk. (2021) menegaskan bahwa semangat kewirausahaan secara signifikan memprediksi motivasi sentral, memberikan pengaruh terhadap niat berwirausaha, dan mempengaruhi aktivitas dan perilaku kewirausahaan.
- 4) Hasil uji keinginan berwirausaha yang menguji peran mediasi keinginan berwirausaha menunjukkan bahwa minat berwirausaha dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh kreativitas. Konsekuensinya, penerimaan hipotesis keempat (H4) menandakan bahwa peningkatan aspirasi kewirausahaan siswa berhubungan dengan peningkatan tingkat kreativitas mereka, yang pada gilirannya dapat merangsang minat mereka dalam berwirausaha.

PEMBAHASAN

Pertama, hasil menunjukkan bahwa kreativitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat berwirausaha sebesar 36%. Artinya, semakin tinggi tingkat kreativitas seseorang, semakin besar kemungkinan mereka tertarik untuk terlibat dalam kegiatan berwirausaha. Ini menunjukkan pentingnya meningkatkan kreativitas dalam merangsang minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Selanjutnya, temuan menunjukkan bahwa kreativitas juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap hasrat berwirausaha sebesar 73%. Ini menegaskan bahwa kreativitas dapat menjadi dorongan yang kuat bagi seseorang untuk memiliki keinginan yang kuat dalam memulai dan mengembangkan bisnis. Kreativitas dapat membuka pintu untuk ide-ide inovatif dan solusi kreatif yang mendukung ambisi berwirausaha.

Hasrat berwirausaha juga terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat berwirausaha sebesar 50,1%. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat hasrat berwirausaha seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk memiliki minat yang kuat dalam memulai bisnis. Hasrat berwirausaha bisa menjadi

pendorong utama bagi individu untuk mengambil langkah konkret menuju kegiatan berwirausaha. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa hasrat berwirausaha juga berperan sebagai mediator dalam hubungan antara kreativitas dan minat berwirausaha. Dengan persentase mediasi sebesar 36,5%, ini menunjukkan bahwa bagian dari pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha dijelaskan melalui peningkatan hasrat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa hasrat berwirausaha tidak hanya bertindak sebagai hasil langsung dari kreativitas, tetapi juga sebagai saluran yang menghubungkan antara kreativitas dan minat berwirausaha.

SIMPULAN

Bahwa variabel-variabel yang digunakan tetap memberikan pengaruh dan terbukti signifikan. Faktor-faktor seperti jumlah responden dan penilaian responden terhadap masing-masing variabel mungkin menjadi penyebab rendahnya pengaruh yang diberikan

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, A. (2023a). Jumlah Mahasiswa di Kota Bandung, Universitas Negeri dan Universitas Swasta. *Lintaside.Com*.
<https://www.lintaside.com/pendidikan/4048931455/jumlah-mahasiswa-di-kota-bandung-universitas-negeri-dan-universitas-swasta>
- Agustian, A. (2023b). Jumlah Mahasiswa di Kota Bandung di PTS dan PTN, Simak Penjelasannya di Sini. *Lintaside.Com*.
<https://www.lintaside.com/pendidikan/4048931552/jumlah-mahasiswa-di-kota-bandung-di-pts-dan-ptn-simak-penjelasannya-di-sini>
- Amanda, G. (2022). Faktor Penghambat Minat Berwirausaha pada Mahasiswa. *News.Republika.Co.Id*. <https://news.republika.co.id/berita/r5y0m2423/faktor-penghambat-minat-berwirausaha-pada-mahasiswa>
- Andriyawan, D. (2019). Kadisnaker Kota Bandung: Milenial Lebih Pilih Jadi Pengusaha Dibanding PNS. *Bisnis.Com*.
<https://bandung.bisnis.com/read/20190904/550/1144398/kadisnaker-kota-bandung-milenial-lebih-pilih-jadi-pengusaha-dibanding-pns>
- Anggadwita, G., Ramadani, V., Permatasari, A. et al. Key determinants of women's entrepreneurial intentions in encouraging social empowerment. *Serv Bus* 15, 309–334 (2021). <https://doi.org/10.1007/s11628-021-00444-x>
- Anjum, T., Heidler, P., Amoozegar, A., & Anees, R. T. (2021). The impact of entrepreneurial passion on the entrepreneurial intention; moderating impact of perception of university support. *Administrative Sciences*, 11(2). <https://doi.org/10.3390/admsci11020045>
- Bayona-Oré, S. (2023). The Theory of Planned Behaviour and the Entrepreneurial Intention of University Students. *Journal of Turkish Science Education*, 20(1), 136–149. <https://doi.org/10.36681/tused.2023.008>
- Biraglia, A., & Kadile, V. (2017). The Role of Entrepreneurial Passion and Creativity in Developing Entrepreneurial Intentions: Insights from American Homebrewers. *Journal of Small Business Management*, 55(1), 170–188. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12242>
- Cardon, M. S., Gregoire, D. A., Stevens, C. E., & Patel, P. C. (2013). Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation. *Journal of Business Venturing*, 28(3), 373–396.

- <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.03.003>
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The Nature And Experience Of Entrepreneurial Passion. *Academy of Management Review*, 34(3), 511–532. <https://doi.org/doi:10.5465/AMR.2009.40633190>
- Chua, H. S., & Bedford, O. (2016). A Qualitative Exploration of Fear of Failure and Entrepreneurial Intent in Singapore. *Journal of Career Development*, 43(4), 319–334. <https://doi.org/10.1177/0894845315599255>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Mixed Methods Procedures. In *Research Defign: Qualitative, Quantitative, and Mixed M ethods Approaches*.
- DetikEdu. (2021). Kemendikbud Ristek Sebut Mahasiswa Jangan Takut Nganggur Jika Bisa Berwirausaha. *DetikEdu*. <https://www.detik.com/edu/perguruan-tinggi/d-5816758/kemendikbud-ristek-sebut-mahasiswa-jangan-takut-nganggur-jika-bisa-berwirausaha>
- Dewi, T. A. (2021). Mengenal Lebih Dalam Program Kreativitas Mahasiswa di Telkom University. *Aksarapers.Com*. <https://aksarapers.com/mengenal-program-kreativitas-mahasiswa/>
- Dihni, V. A. (2022). Pengusaha di Indonesia Paling Banyak Lulusan SMA. *Databoks.Katadata.Co.Id*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/17/pengusaha-di-indonesia-paling-banyak-lulusan-sma>
- Ekon.go.id. (2022). Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. *Ekon.Go.Id*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Engle, R. L., Dimitriadi, N., Gavidia, J. V., Schlaegel, C., Delanoe, S., Alvarado, I., He, X., Buame, S., & Wolff, B. (2010). Entrepreneurial intent: A twelve-country evaluation of Ajzen's model of planned behavior. *Team Performance Management*, 16(1–2), 35–57. <https://doi.org/10.1108/13552551011020063>
- Ferreira-Neto, M. N., de Carvalho Castro, J. L., de Sousa-Filho, J. M., & de Souza Lessa, B. (2023). The role of self-efficacy, entrepreneurial passion, and creativity in developing entrepreneurial intentions. *Frontiers in Psychology*, 14(March), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1134618>
- Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G. L., & Sobrero, M. (2012). The Determinants of Corporate Entrepreneurial Intention Within Small and Newly Established Firms. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36(2), 387–414. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00411.x>
- Fuller, B., Liu, Y., Bajaba, S., Marler, L. E., & Pratt, J. (2018). Examining how the personality, self-efficacy, and anticipatory cognitions of potential entrepreneurs shape their entrepreneurial intentions. *Personality and Individual Differences*, 125(December 2017), 120–125. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.01.005>
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C. (2022). Pengaruh Entrepreneurship Education Dan Entrepreneurial Passion Terhadap Entrepreneurial Intention Melalui Entrepreneurial Self-Efficacy Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Universitas Kristen Petra Surabaya Charles Gunawan. *Agora*, 10(2).
- Gustomo, A., Ghina, A., Anggadwita, G., & Herliana, S. (2019). Exploring

- entrepreneurial competencies in identifying ideas and opportunities, managing resources, and taking action: Evidence from small catering business owners in Bandung, Indonesia. *Journal of Foodservice Business Research*, 1–20. doi:10.1080/15378020.2019.1653714
- Hair Jr., J. F., Ray, G. T. M. H., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Review of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Issue 1). <https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>
- Hamdani, N. A., Ramadani, V., Anggadwita, G., Maulida, G. S., Zuferi, R., & Maalaoui, A. (2023). Gender stereotype perception, perceived social support and self-efficacy in increasing women's entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 29(6), 1290–1313. <https://doi.org/10.1108/IJEER-02-2023-0157>
- Hatammimi, J., & Afanassieva, M. (2022). The Process of Creative Economy Development as An Institutional Work. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 22(1), 114. <https://doi.org/10.25124/jmi.v22i1.4289>
- Hatammimi, J., & Nurafifah, F. Z. (2023). Mengukur Pengenalan Peluang Berwirausaha Sebagai Dampak Pendidikan Kewirausahaan. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(4), 506–523. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i4.294>
- Hatammimi, J., & Pradana Singgih. (2022). FExamining The Product Innovation During Covid-10 Pandemic on Purchase Decision : A Study on Culinary Business in Indonesia. *Proceedings of the 5 th European International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*.
- Hatammimi, J., & Purnama, S. D. (2022). Factors affecting prospective entrepreneurs to utilize e-marketplace: A study of business school students in Indonesia. ... *Journal of Research in Business and ...*, 11(1), 1–11. <http://www.ssbfnct.com/ojs/index.php/ijrbs/article/view/1573%0Ahttp://www.ssbfnct.com/ojs/index.php/ijrbs/article/download/1573/1131>
- Hisrich, R. D., & Kearney, C. (2014). *Managing Innovation and Entrepreneurship*. sage publication. <https://doi.org/https://doi.org/10.4135/9781506374512>
- Hoang, G., Le, T. T. T., Tran, A. K. T., & Du, T. (2020). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of university students in Vietnam: the mediating roles of self-efficacy and learning orientation. *Journal of Education and Training*, v63, 115–133. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1279573>
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. R. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53–60.
- Ihsan, D. (2023). Perguruan Tinggi di Jawa Barat yang Berakreditasi A dari BAN-PT. <https://www.kompas.com/edu/read/2023/09/06/141610971/12-perguruan-tinggi-di-jawa-barat-berakreditasi-unggul-dari-ban-pt?page=all>
- Itb.ac.id. (2017). Tim JaTangSol Rebut Juara 1 Business Plan E-FEST 2017. <https://www.itb.ac.id/berita/tim-jatangsol-rebut-juara-1-business-plan-e-fest-2017/56504>