

PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, KREATIVITAS DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA EKONOMI UNIVERSITAS TEKNOLOGI SUMBAWA

Susi Susanti¹⁾, Fendy Maradita²⁾

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Kewirausahaan, Universitas Teknologi Sumbawa

E-mail: susisusantii180104@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Kewirausahaan, Universitas Teknologi Sumbawa

E-mail: fendy.maradita@uts.ac.id

Abstract

This study aims to examine the influence of entrepreneurial education, creativity, and entrepreneurial motivation on entrepreneurial intention among economics students at Universitas Teknologi Sumbawa. The rapid increase in unemployment rates, particularly among university graduates, calls for solutions such as promoting entrepreneurship as an alternative career path to address labor market imbalances. Entrepreneurship, particularly through micro, small, and medium enterprises (MSMEs), plays a vital role in regional economic growth, especially in resource-rich but underdeveloped areas like Sumbawa. This research uses a quantitative approach with a survey method, focusing on the relationship between entrepreneurial education, creativity, and motivation as independent variables, and entrepreneurial intention as the dependent variable. Data were collected from 100 respondents using a structured questionnaire, distributed through Google Forms. The findings show that entrepreneurial education, creativity, and motivation have a significant positive effect on students' entrepreneurial intentions, with motivation being the most influential factor. This research contributes to understanding how these factors can be integrated into academic curricula and policy-making to foster a more entrepreneurial mindset among students, especially in regions with abundant potential but limited infrastructure. It also highlights the importance of combining theoretical knowledge with practical business skills in higher education programs to better prepare students for entrepreneurship.

Keywords: *Entrepreneurship education, creativity, entrepreneurial motivation, entrepreneurial intention, student entrepreneurship.*

1. PENDAHULUAN

Minat berwirausaha di kalangan mahasiswa menjadi isu strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, khususnya di tengah tantangan ketenagakerjaan yang semakin kompleks. Di Indonesia, pertumbuhan jumlah lulusan perguruan tinggi tidak sebanding dengan ketersediaan lapangan kerja formal, sehingga mendorong tingginya Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di kalangan sarjana (BPS, 2024). Fenomena ini menuntut solusi inovatif, salah satunya melalui penguatan minat berwirausaha sebagai alternatif karier yang mampu menciptakan lapangan kerja baru dan mengurangi beban pengangguran.

Wirausaha baru berperan vital sebagai motor penggerak ekonomi daerah, terutama di wilayah seperti Nusa Tenggara Barat dan Sumbawa yang memiliki potensi sumber daya alam dan manusia yang melimpah namun belum tergarap optimal. Kontribusi Usaha Mikro, Kecil,

dan Menengah (UMKM) terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) terus meningkat, menandakan pentingnya pengembangan ekosistem kewirausahaan berbasis lokal untuk memperkuat daya saing ekonomi daerah (KemenkopUKM, 2024).

Namun, terdapat kesenjangan signifikan antara jumlah lulusan perguruan tinggi dan peluang kerja yang tersedia. Data terbaru menunjukkan bahwa rasio wirausaha di Indonesia masih di bawah rata-rata negara ASEAN, sementara TPT lulusan universitas mencapai 6,18% pada 2023. Sementara itu, UMKM menyumbang lebih dari 61% terhadap PDRB, namun sebagian besar masih didominasi oleh pelaku usaha non-lulusan perguruan tinggi (BPS, 2024; KemenkopUKM, 2024).

Tabel 1. Data Ketenagakerjaan dan Kewirausahaan Indonesia (2020–2024)

Indikator	2020	2021	2022	2023	2024*
Rasio Wirausaha Lulusan PT (%)	3,10	3,47	3,74	3,90	4,10
TPT Lulusan Universitas (%)	6,89	7,35	6,78	6,18	5,90
Kontribusi UMKM terhadap PDRB (%)	60,34	61,07	61,97	62,50	63,00

Sumber: KemenkopUKM, 2024

Kesenjangan antara kualifikasi lulusan perguruan tinggi dan tuntutan pasar kerja menegaskan urgensi pengembangan minat serta kompetensi berwirausaha di kalangan mahasiswa. Inisiatif ini menjadi strategi krusial untuk mengatasi *mismatch* struktural tersebut, dengan mengubah pola pikir mahasiswa dari pencari kerja (*job seeker*) menjadi pencipta lapangan kerja (*job creator*). Dalam konteks ini, institusi pendidikan tinggi seperti Universitas Teknologi Sumbawa (UTS) memegang peranan sentral dalam menumbuhkan ekosistem kewirausahaan yang inovatif dan berbasis pada potensi lokal. UTS, sebagai pusat pendidikan teknologi dan inovasi di Pulau Sumbawa, menaungi beragam disiplin ilmu melalui fakultas-fakultasnya, yang masing-masing memiliki potensi unik untuk melahirkan inovasi. Fakultas-fakultas tersebut antara lain Fakultas Teknik yang berfokus pada rekayasa dan teknologi terapan; Fakultas Teknologi Pertanian dan Bioteknologi yang berkonsentrasi pada pengolahan sumber daya alam dan agroteknologi; Fakultas Psikologi yang mendalami perilaku manusia dan pengembangan sumber daya insani; serta berbagai fakultas lain yang turut memperkaya khazanah keilmuan. Keragaman ini sejatinya menciptakan peluang kolaborasi interdisipliner yang sangat subur untuk melahirkan startup atau usaha rintisan yang komprehensif.

Meskipun setiap fakultas memiliki potensi untuk menumbuhkan jiwa inovasi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) secara inheren memegang posisi yang paling dominan dan strategis dalam pendidikan kewirausahaan formal di UTS. Hal ini tidak terlepas dari mandat keilmuan yang diembannya. Secara spesifik, FEB membekali mahasiswa dengan pengetahuan fundamental mengenai prinsip-prinsip ekonomi, teori manajemen, strategi pemasaran, akuntansi, dan manajemen keuangan, yang merupakan pilar-pilar utama dalam membangun dan mengelola sebuah bisnis. Keunggulan ini semakin diperkuat dengan adanya Program Studi Kewirausahaan yang secara eksplisit dirancang untuk mencetak calon-calon *entrepreneur*. Kurikulum pada program studi ini tidak hanya bersifat teoretis, tetapi juga sangat aplikatif, mencakup mata kuliah seperti pengembangan model bisnis, studi kelayakan usaha, manajemen inovasi, pemasaran digital, hingga inkubasi bisnis. Melalui program ini, mahasiswa didorong untuk mengidentifikasi peluang, merancang proposisi nilai yang unik, dan memvalidasi ide bisnis mereka secara langsung di pasar.

Namun, mahasiswa FEB, terlepas dari bekal teoretis yang kuat, tetap menghadapi tantangan spesifik yang menjadi realitas di daerah, seperti keterbatasan akses modal, minimnya pengalaman praktis di dunia industri, serta kurangnya jejaring bisnis (*business network*) yang kuat (Hamzali & Arwin, 2025; Revinzky et al., 2025). Di sinilah peran FEB menjadi lebih dari sekadar lembaga akademik; ia harus berfungsi sebagai akselerator dan inkubator. Potensi lokal Sumbawa yang melimpah, seperti di sektor pertanian, peternakan, perikanan, dan pariwisata, seringkali belum dimanfaatkan secara optimal oleh mahasiswa karena adanya hambatan infrastruktur, akses pasar yang terbatas, dan tingkat literasi digital yang belum merata. Oleh karena itu, sinergi antara mahasiswa FEB dengan mahasiswa dari fakultas lain menjadi sangat vital. Mahasiswa FEB dapat berperan sebagai manajer bisnis dan pemasar untuk inovasi produk yang dikembangkan oleh mahasiswa Fakultas Teknologi Pertanian, atau merancang paket wisata berbasis teknologi yang melibatkan keahlian dari fakultas lain. Dengan demikian, FEB tidak hanya mencetak lulusan yang paham teori bisnis, tetapi juga membentuk wirausahawan tangguh yang mampu memecahkan masalah nyata, mengorkestrasi kolaborasi lintas disiplin, dan mentransformasi potensi lokal menjadi keunggulan ekonomi yang berkelanjutan bagi daerah.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa determinan minat berwirausaha pada mahasiswa ekonomi di daerah meliputi faktor pendidikan kewirausahaan, kreativitas, motivasi, serta dukungan lingkungan kampus (Hamzali & Arwin, 2025; Revinzky et al., 2025; Rachmadana & Diarra, 2024). Namun, dinamika lokal dan karakteristik mahasiswa di Sumbawa memerlukan kajian lebih mendalam. Pendidikan kewirausahaan secara teoretis berperan membentuk pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan diri (*self-efficacy*) mahasiswa untuk memulai usaha. Melalui kurikulum, pelatihan, dan praktik bisnis, mahasiswa memperoleh pemahaman tentang peluang, risiko, dan strategi bisnis yang aplikatif (Judijanto et al., 2025). Studi Judijanto et al. (2025) menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Indonesia, dengan *self-efficacy* sebagai mediator penting. Temuan serupa diungkapkan oleh Yuan et al. (2021) yang menegaskan peran pendidikan kewirausahaan dalam meningkatkan intensi berwirausaha melalui penguatan mindset dan *self-efficacy*. Namun, Paliwal et al. (2022) mencatat bahwa pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap kreativitas tidak selalu signifikan, meski tetap berdampak pada motivasi dan minat. Sementara itu, Chen (2024) menyoroti pentingnya kreativitas sebagai mediator antara pendidikan kewirausahaan dan minat berwirausaha.

Kreativitas merupakan kemampuan menghasilkan ide-ide inovatif dan mengenali peluang bisnis baru. Dalam konteks kewirausahaan, kreativitas mendorong mahasiswa untuk berpikir *out-of-the-box* dan menciptakan solusi bisnis yang relevan dengan kebutuhan pasar (Wang et al., 2021). Penelitian Wang et al. (2021) menunjukkan bahwa kreativitas berperan penting dalam meningkatkan minat berwirausaha, dengan inspirasi sebagai mediator. Temuan Hamzali & Arwin (2025) juga menegaskan bahwa kreativitas, bersama sikap kewirausahaan, berkontribusi langsung terhadap minat berwirausaha. Namun, Rachmadana & Diarra (2024) menemukan bahwa pengaruh pendidikan kewirausahaan dan motivasi terhadap kreativitas tidak selalu signifikan secara langsung, meski kreativitas tetap menjadi faktor mediasi yang penting. Studi Li et al. (2023) juga mengonfirmasi bahwa kreativitas dan mindset berwirausaha secara bersama-sama meningkatkan intensi berwirausaha.

Motivasi berwirausaha, baik intrinsik (aktualisasi diri, otonomi) maupun ekstrinsik (peluang ekonomi, status sosial), menjadi pendorong utama minat mahasiswa untuk berwirausaha. Motivasi intrinsik mendorong mahasiswa untuk mencari makna dan kepuasan

dalam berwirausaha, sedangkan motivasi ekstrinsik terkait dengan insentif material dan pengakuan sosial (Judijanto et al., 2025). Judijanto et al. (2025) menemukan bahwa motivasi intrinsik memiliki pengaruh paling kuat terhadap minat berwirausaha mahasiswa, diikuti oleh pendidikan kewirausahaan dan kreativitas. Temuan serupa diungkapkan oleh Revinzky et al. (2025) yang menegaskan peran motivasi sebagai mediator antara pendidikan kewirausahaan dan minat. Endang (2024) juga menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha berkontribusi signifikan terhadap minat, dengan pengaruh lebih besar dibandingkan pendidikan kewirausahaan. Sementara itu, Sun et al. (2023) menyoroti bahwa motivasi intrinsik memperkuat hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan intensi berwirausaha.

Meskipun banyak penelitian telah mengkaji pengaruh pendidikan kewirausahaan, kreativitas, dan motivasi terhadap minat berwirausaha, masih terdapat celah penelitian (research gap) terkait integrasi ketiga variabel ini dalam konteks lokal Sumbawa, khususnya pada populasi Mahasiswa Ekonomi UTS. Ketidakkonsistenan temuan empiris, perbedaan karakteristik sosio-kultural, serta dinamika pasar lokal menuntut kajian yang lebih kontekstual dan komprehensif. Keaslian (novelty) penelitian ini terletak pada fokus populasi yang unik, yaitu Mahasiswa Ekonomi UTS, serta integrasi tiga variabel prediktor utama dalam satu model analisis di konteks Sumbawa. Penelitian ini juga menawarkan kontribusi orisinal dalam mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang dapat diintervensi melalui kurikulum dan kebijakan kampus. Urgensi penelitian ini sangat tinggi, mengingat hasilnya dapat menjadi dasar pengembangan kurikulum kewirausahaan di UTS, perumusan kebijakan pengembangan wirausaha muda di Kabupaten Sumbawa, serta pengayaan literasi akademik di bidang pendidikan kewirausahaan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata bagi penguatan ekosistem kewirausahaan berbasis kampus dan daerah.

2. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengukur pengaruh antar variabel secara terukur dan objektif dengan instrumen penelitian yang terstandar (Sugiyono, 2021). Metode survei memungkinkan peneliti untuk memperoleh data primer langsung dari responden melalui kuesioner terstruktur (Creswell & Creswell, 2018). Fokus penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pendidikan kewirausahaan (X1), kreativitas (X2), dan motivasi berwirausaha (X3) terhadap minat berwirausaha (Y) pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Teknologi Sumbawa (UTS).

Sumber Data

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Teknologi Sumbawa yang telah memilih mata kuliah kewirausahaan. Kuesioner akan digunakan untuk mengukur variabel pendidikan kewirausahaan, kreativitas, motivasi berwirausaha, dan minat berwirausaha.

b. Data Sekunder

Data sekunder akan diperoleh dari literatur ilmiah, buku, artikel jurnal, laporan instansi pemerintah, dan penelitian terdahulu yang relevan untuk mendukung landasan teoritis penelitian (Sekaran & Bougie, 2020).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Teknologi Sumbawa, yang terdiri dari beberapa program studi, yaitu Akuntansi, Bisnis Digital (BD), Ekonomi Pembangunan (EP), Aktuaria, Kewirausahaan (KWU), dan Manajemen. Jumlah total mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis adalah sebanyak 900 mahasiswa, yang terbagi dalam program studi dengan rincian sebagai berikut: Akuntansi (160 mahasiswa), Bisnis Digital (150 mahasiswa), Ekonomi Pembangunan (105 mahasiswa), Aktuaria (71 mahasiswa), Kewirausahaan (110 mahasiswa), dan Manajemen (304 mahasiswa). Untuk menentukan jumlah sampel yang representatif, penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan sampling error sebesar 10%. Rumus Slovin digunakan untuk menghitung ukuran sampel yang diperlukan dari populasi yang besar. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Di mana:

n = jumlah sampel yang diperlukan

N = jumlah populasi

e = margin kesalahan (10% atau 0,1)

Dengan populasi total 900 mahasiswa dan margin kesalahan 10% ($e = 0,1$), perhitungan sampel adalah:

$$n = \frac{900}{1 + 900 (0,1)^2} = \frac{900}{1 + 900 (0,01)}$$

$$n = \frac{900}{10} = 90 \text{ (Diperluas menjadi 100)}$$

Jadi, jumlah sampel yang diperlukan adalah 100 mahasiswa agar data dapat lebih lengkap dan sesuai dengan pengujian statistiknya. Namun, untuk memastikan representativitas sampel dari setiap program studi, teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah stratified random sampling. Teknik ini akan membagi populasi menjadi strata (kelompok) berdasarkan program studi, dan kemudian melakukan pengambilan sampel secara acak dari setiap strata sesuai dengan proporsi jumlah mahasiswa di masing-masing program studi.

Dengan menggunakan stratified random sampling, jumlah sampel yang akan diambil dari setiap program studi dihitung berdasarkan proporsi jumlah mahasiswa di masing-masing program studi terhadap jumlah populasi total. Berikut adalah perhitungan jumlah sampel dari masing-masing program studi:

- a. Akuntansi : $(160 / 900) \times 100 = 17,77 \approx 18$ responden
- b. Bisnis Digital : $(150 / 900) \times 100 = 16,66 \approx 17$ responden
- c. Ekonomi Pembangunan : $(105 / 900) \times 100 = 11,66 \approx 11$ responden
- d. Aktuaria : $(71 / 900) \times 100 = 7,88 \approx 8$ responden
- e. Kewirausahaan : $(110 / 900) \times 100 = 12,22 \approx 12$ responden
- f. Manajemen : $(304 / 900) \times 100 = 33,77 \approx 34$ responden

Sebagai hasilnya, jumlah sampel yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa, yang terbagi secara proporsional di enam program studi yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. Melalui penerapan teknik pengambilan sampel ini, penelitian ini dapat menjamin bahwa sampel yang dipilih mencerminkan proporsi yang tepat dari populasi di setiap program studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa.

Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara langsung dan secara daring (*online*) melalui platform *Google Form*, yang akan disebarluaskan melalui WhatsApp dan email. Kuesioner ini menggunakan skala Likert lima poin (1 = sangat tidak setuju, 4 = sangat setuju) sesuai dengan standar pengukuran sikap dalam penelitian kuantitatif (Sugiyono, 2022). Kuesioner ini dirancang untuk mengukur variabel pendidikan kewirausahaan, kreativitas, motivasi berwirausaha, dan minat berwirausaha.

Definisi Operasional dan Indikator Variabel

- a. Pendidikan Kewirausahaan (X1)
Diukur dari indikator pengetahuan tentang kewirausahaan, keterampilan mengelola usaha, dan pengembangan ide bisnis yang diperoleh melalui kurikulum pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi (Hisrich et al., 2020).
- b. Kreativitas (X2)
Variabel ini umumnya diukur melalui beberapa dimensi utama yang mencerminkan proses berpikir divergen. Indikator utama kreativitas meliputi Keterbukaan (*Fluency*), Keluwesan (*Flexibility*), Keaslian (*Originality*), dan Elaborasi (*Elaboration*) (Kalil & Evant, 2020).
- c. Motivasi Berwirausaha (X3)
Motivasi wirausaha dapat dilihat dari tiga dimensi utama seperti hasrat untuk sukses, cita-cita masa depan, dan ketertarikan terhadap dunia wirausaha (Aini dan Oktafani, 2020).
- d. Minat Berwirausaha (Y)
Diukur melalui keberanian mahasiswa untuk mengambil risiko, orientasi pada peluang, inovasi, serta niat mereka untuk memulai usaha di masa depan (Ajzen, 2020).

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh antar variabel. Regresi linier berganda dipilih karena dapat menguji hubungan antara beberapa variabel independen dengan satu variabel dependen secara simultan. Proses analisis data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26 dan melalui beberapa tahapan berikut:

- a. Uji Asumsi Klasik
Meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa data memenuhi asumsi-asumsi dasar yang diperlukan dalam analisis regresi.
- b. Uji Regresi Linier Berganda
Digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel pendidikan kewirausahaan (X1), kreativitas (X2), dan motivasi berwirausaha (X3) terhadap minat berwirausaha (Y). Model regresi linier berganda yang digunakan adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Dimana:

Y = Minat berwirausaha

X1 = Pendidikan kewirausahaan

X2 = Kreativitas

X3 = Motivasi berwirausaha

β_0 = Intercept

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi yang mengukur pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen

ϵ = Error term

c. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t untuk masing-masing koefisien regresi (β_1 , β_2 , β_3). Nilai signifikansi (p-value) yang lebih kecil dari 0,05 dianggap signifikan, yang berarti variabel independen berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

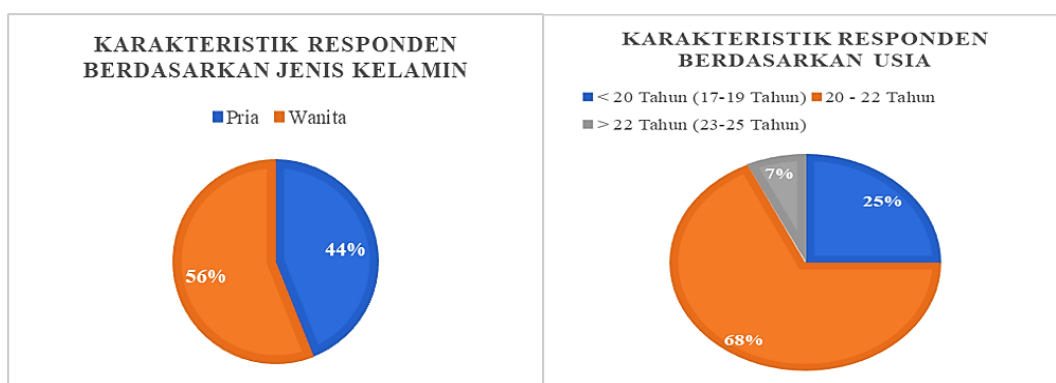
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Analisis data kuantitatif diawali dengan pengujian kualitas instrumen (validitas dan reliabilitas) yang menunjukkan hasil yang memenuhi syarat. Selanjutnya, dilakukan serangkaian uji asumsi klasik sebagai prasyarat untuk analisis regresi linier berganda.

Deskripsi Karakteristik Responden

Sebelum menganalisis lebih lanjut, berikut disajikan gambaran umum karakteristik responden yang terlibat dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin dan usia responden.



Gambar 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

Berdasarkan data di atas, responden penelitian didominasi oleh perempuan sebanyak 56 orang (56%), sedangkan laki-laki berjumlah 44 orang (44%). Komposisi ini menunjukkan bahwa partisipasi mahasiswa perempuan di Fakultas Ekonomi Universitas Teknologi Sumbawa dalam penelitian ini sedikit lebih tinggi dibandingkan laki-laki, namun proporsinya masih cukup berimbang untuk mewakili perspektif kedua gender mengenai minat berwirausaha. Kemudian, Berdasarkan karakteristik usia, responden mayoritas berada pada rentang usia 20–22 tahun, yaitu sebanyak 68 orang (68%). Hal ini relevan dengan konteks penelitian, di mana populasi yang dituju adalah mahasiswa aktif yang telah mengambil mata kuliah kewirausahaan. Usia 20–22 tahun umumnya merupakan usia mahasiswa tingkat pertengahan hingga akhir (semester 4 ke atas) yang secara kurikulum di Fakultas Ekonomi UTS sudah mendapatkan bekal pendidikan kewirausahaan. Sementara itu, kelompok usia di bawah 20 tahun (25%) merepresentasikan mahasiswa tahun-tahun awal, dan kelompok usia di atas 22 tahun (7%) merupakan mahasiswa tingkat akhir.

Uji Asumsi Klasik

Validitas suatu model regresi linier bergantung pada pemenuhan asumsi klasiknya. Oleh karena itu, pengujian asumsi ini dilaksanakan guna memastikan bahwa estimator yang digunakan bersifat *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Pemenuhan kriteria BLUE ini menjadi fondasi bagi keandalan dan ketidakkbiasan hasil estimasi (Sugiyono, 2022). Berikut diuraikan jenis-jenis uji asumsi klasik yang dilakukan dalam analisis:

1) Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilaksanakan guna menguji apakah residual model regresi berdistribusi normal. Dalam studi ini, metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* diterapkan sebagai alat uji. Berdasarkan kriteria yang ditetapkan, residual dinyatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi (Asymp. Sig.) lebih besar dari tingkat alpha 0,05 (Sekaran & Bougie, 2020).

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

Unstandardized Residual	
N	100
Normal Parameters ^{a,b}	.0000000
	.0000000
Most Extreme Differences	4.82635817
	.1953201
	.059
Test Statistic	.053
	.042
	.074
Asymp. Sig. (2-tailed)	-.059
	.053
	.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	
d. This is a lower bound of the true significance.	

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan hasil yang tertera pada Tabel 1, nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,200. Oleh karena nilai tersebut melebihi tingkat signifikansi 0,05, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat penyimpangan yang signifikan dari distribusi normal pada residual. Dengan demikian, asumsi normalitas terpenuhi.

2) Uji Multikolinearitas

Tujuan dilakukannya pengujian multikolinearitas adalah untuk mendeteksi adanya derajat korelasi yang signifikan antar variabel bebas dalam suatu model regresi. Keabsahan sebuah model regresi bergantung pada tidak adanya gejala multikolinearitas. Sebagai tolok ukur, digunakan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Menurut Sugiyono (2022), indikasi tidak terjadinya multikolinearitas terpenuhi apabila nilai Tolerance melebihi 0,10 dan nilai VIF berada di bawah angka 10.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1.	(Constant)		
	Pendidikan Kewirausahaan (X1)	.832	1.203
	Kreativitas (X2)	.822	1.217
	Motivasi berwirausaha (X3)	.987	1.013

Sumber: data diolah, 2025

Diagnosis terhadap asumsi multikolinearitas, sebagaimana terlihat pada Tabel 2, menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memenuhi syarat statistik yang ditetapkan. Nilai Tolerance yang melebihi 0,10 dan nilai VIF yang berada di bawah ambang batas 10 menjadi bukti empiris bahwa model regresi ini bebas dari gejala multikolinearitas.

Kondisi ini memperkuat validitas interpretasi model, yang mengindikasikan bahwa masing-masing variabel independen memberikan penjelasan yang unik terhadap variabel dependen.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mendeteksi ada tidaknya ketidaksamaan varians dari residual pada model regresi antar pengamatan. Asumsi homoskedastisitas, yaitu kondisi dimana varians residual bersifat konstan, merupakan indikator model regresi yang baik. Berdasarkan metode Glejser yang digunakan dalam penelitian ini, suatu model dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi (Sig.) dari seluruh variabel independen melebihi tingkat alpha 0,05 (Sugiyono, 2022).

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	3.992	1.277		3.125	.002
	Pendidikan Kewirausahaan (X1)	-.035	.053	-.073	-.655	.514
	Kreativitas (X2)	.036	.056	.072	.642	.523
	Motivasi berwirausaha (X3)	-.020	.051	-.039	-.383	.703

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 3, nilai signifikansi untuk variabel Pendidikan Kewirausahaan (0,514), Kreativitas (0,523), dan Motivasi Berwirausaha (0,703) seluruhnya berada di atas nilai kritis 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan terbebas dari persoalan heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Pemenuhan seluruh asumsi klasik menjadi prasyarat untuk melaksanakan analisis regresi linier berganda, yang bertujuan untuk mengidentifikasi arah serta mengkuantifikasi besarnya pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. Hasil Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	4.129	2.223		1.857	.066
	Pendidikan Kewirausahaan (X1)	.466	.093	.366	5.020	.000
	Kreativitas (X2)	.504	.097	.381	5.189	.000
	Motivasi berwirausaha (X3)	.500	.089	.375	5.591	.000

a. Dependent Variable: Minat berwirausaha (Y)

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan hasil pada Tabel 4, model persamaan regresi linier berganda yang terbentuk adalah:

$$Y = 4.129 + 0.466X1 + 0.504X2 + 0.500X3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi yang terbentuk, dapat diinterpretasikan beberapa penjelasan sebagai berikut:

- Konstanta (α), nilai konstanta sebesar 4.129 mengimplikasikan bahwa secara teoretis, tingkat Minat Berwirausaha (Y) akan bernilai 4.129 satuan dalam kondisi di mana semua variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) dianggap tidak ada atau bernilai nol.
- Koefisien Pendidikan Kewirausahaan ($\beta_1 = 0.466$), nilai ini mengartikan bahwa terdapat hubungan positif antara Pendidikan Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha. Setiap peningkatan satu satuan pada variabel X_1 akan diikuti oleh kenaikan pada variabel Y sebesar 0.466 satuan, dengan mengendalikan pengaruh dari variabel Kreativitas dan Motivasi Berwirausaha.
- Koefisien Kreativitas ($\beta_2 = 0.504$), nilai koefisien ini menandakan bahwa Kreativitas memberikan pengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha. Dengan asumsi variabel lain konstan (*ceteris paribus*), satu satuan peningkatan pada Kreativitas akan berkontribusi pada peningkatan Minat Berwirausaha sebesar 0.504 satuan.
- Koefisien Motivasi Berwirausaha ($\beta_3 = 0.500$), nilai koefisien ini menyatakan bahwa Motivasi Berwirausaha berbanding lurus dengan Minat Berwirausaha. Setiap penambahan satu satuan pada Motivasi Berwirausaha akan meningkatkan Minat Berwirausaha sebesar 0.500 satuan, dengan mempertahankan variabel independen lainnya dalam keadaan tetap.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini memiliki tujuan untuk menaksir derajat kecocokan model (goodness-of-fit) dengan melihat seberapa besar keragaman dalam variabel dependen dapat diterangkan oleh model regresi (Sugiyono, 2022). Metrik yang diterapkan adalah Adjusted R Square.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R-Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.574	.561	4.90119
a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3			

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 5, nilai Adjusted R Square sebesar 0,561 mengindikasikan bahwa variabel pendidikan kewirausahaan, kreativitas, dan motivasi berwirausaha secara kolektif menjelaskan sekitar 56,1% variasi dari minat berwirausaha. Sementara itu, sisanya sebesar 43,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak terinklusi dalam model penelitian ini.

Pengujian Hipotesis (Uji-t)

Uji-t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis

Variabel Dependen	Beta	t-hitung	Sig.	Keterangan
Pendidikan Kewirausahaan (X1)	.366	5.020	.000	H1 Diterima
Kreativitas (X2)	.381	5.189	.000	H2 Diterima
Motivasi berwirausaha (X3)	.375	5.591	.000	H3 Diterima
a. Dependent Variable: Minat berwirausaha (Y)				

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian statistik secara parsial (uji-t) yang tertuang dalam Tabel 6 di atas, dapat dianalisis pengaruh masing-masing variabel independen sebagai berikut:

- Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan (X_1) terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Variabel Pendidikan Kewirausahaan menunjukkan koefisien Beta terstandarisasi sebesar 0,366 dengan nilai statistik-t sebesar 5,020 dan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai probabilitas (0,000) lebih kecil dari tingkat alpha 0,05, maka hipotesis nol (H_0) ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Pendidikan Kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa.

b. Pengaruh Kreativitas (X_2) terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Variabel Kreativitas menghasilkan koefisien Beta terstandarisasi sebesar 0,381, nilai t-hitung 5,189, dan signifikansi 0,000. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. Hal ini mengindikasikan bahwa individu dengan tingkat kreativitas yang lebih tinggi cenderung memiliki minat berwirausaha yang lebih kuat.

c. Pengaruh Motivasi Berwirausaha (X_3) terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Variabel Motivasi Berwirausaha memiliki koefisien Beta terstandarisasi 0,375, dengan nilai t-hitung 5,591 dan signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari $\alpha=0,05$, maka disimpulkan bahwa Motivasi Berwirausaha secara positif dan signifikan mempengaruhi Minat Berwirausaha. Dengan kata lain, terdapat hubungan positif yang signifikan antara tingkat motivasi berwirausaha dengan minat untuk berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa.

3.2. Pembahasan

1) Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan (X_1) terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pendidikan Kewirausahaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. Temuan ini mengindikasikan bahwa kurikulum, pelatihan, dan pengalaman praktis yang diberikan dalam mata kuliah kewirausahaan efektif membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memulai usaha. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya mengajarkan teori, tetapi juga membentuk pola pikir (mindset) yang mendukung mahasiswa untuk percaya diri dan berani mengidentifikasi serta merealisasikan peluang usaha. Oleh karena itu, kurikulum kewirausahaan yang baik dapat meningkatkan intensi berwirausaha secara signifikan.

Penelitian ini sejalan dengan temuan Judijanto et al. (2025), yang menegaskan bahwa pendidikan kewirausahaan berperan besar dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa di Indonesia, dengan self-efficacy sebagai mediator utama. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan yang menciptakan lingkungan pembelajaran yang aplikatif dan mendorong eksperimen bisnis dapat memperkuat keyakinan mahasiswa untuk menjalankan usaha. Yuan et al. (2021) juga mengonfirmasi pentingnya pendidikan kewirausahaan dalam membangun mindset dan self-efficacy mahasiswa yang mendukung keinginan mereka untuk berwirausaha. Penelitian-penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak hanya memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga membentuk keyakinan dan niat untuk bertindak.

Secara teoretis, hasil penelitian ini dapat dijelaskan dengan menggunakan kerangka Theory of Planned Behavior (TPB) oleh Ajzen (2020). TPB menyatakan bahwa niat berperilaku (dalam hal ini, berwirausaha) dipengaruhi oleh tiga komponen utama: sikap terhadap perilaku (attitude toward the behavior), norma subjektif (subjective norms), dan

kontrol perilaku yang dirasakan (perceived behavioral control). Pendidikan kewirausahaan dapat mempengaruhi ketiga komponen ini, yang pada gilirannya memperkuat niat mahasiswa untuk memulai usaha. Sikap positif terhadap kewirausahaan, persepsi tentang dukungan sosial dari lingkungan, serta keyakinan akan kemampuan diri menjadi faktor kunci yang dibentuk melalui pendidikan kewirausahaan.

Pentingnya pendidikan kewirausahaan juga berhubungan dengan potensi lokal Sumbawa. Universitas Teknologi Sumbawa dapat memanfaatkan konteks lokal dalam pengembangan kurikulum kewirausahaan untuk lebih mengakar pada kebutuhan dan peluang bisnis yang ada di daerah tersebut. Dengan mengintegrasikan potensi lokal ke dalam pembelajaran, mahasiswa tidak hanya diajarkan teori bisnis umum, tetapi juga diberikan pemahaman mendalam tentang cara memanfaatkan sumber daya lokal untuk menciptakan usaha yang berkelanjutan. Ini dapat mendorong mahasiswa untuk lebih percaya diri dalam memulai usaha yang relevan dengan kebutuhan pasar lokal.

Dengan demikian, penguatan dan perluasan mata kuliah kewirausahaan di UTS harus menjadi prioritas strategis untuk mencetak lulusan yang tidak hanya siap menjadi pencari kerja, tetapi juga pencipta lapangan kerja. Pendidikan kewirausahaan yang komprehensif, yang menggabungkan teori dengan praktik bisnis, dapat menciptakan ekosistem wirausaha yang mendukung pengembangan ekonomi lokal. UTS memiliki peran penting dalam membentuk mahasiswa menjadi pengusaha yang inovatif dan berdaya saing, sehingga berkontribusi terhadap pengurangan angka pengangguran dan pemberdayaan ekonomi masyarakat Sumbawa.

2) Pengaruh Kreativitas (X_2) terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, bahkan mencatatkan koefisien Beta terstandarisasi tertinggi di antara ketiga variabel independen. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan mahasiswa dalam menghasilkan ide-ide orisinal, berpikir fleksibel, serta mengelaborasi konsep secara rinci (fluency, flexibility, originality, elaboration) menjadi pendorong utama dalam membangkitkan minat berwirausaha. Mahasiswa yang kreatif cenderung melihat tantangan sebagai peluang, mampu merancang solusi bisnis yang inovatif, dan pada akhirnya memiliki ketertarikan yang lebih besar untuk terjun ke dunia wirausaha.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Wang et al. (2021), yang menyoroti peran penting kreativitas dalam meningkatkan minat berwirausaha, dengan inspirasi sebagai mediator. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa proses kreatif tidak hanya menghasilkan ide baru, tetapi juga memicu inspirasi yang mendorong individu untuk mengambil tindakan nyata. Hal ini mencerminkan pentingnya kreativitas sebagai penggerak untuk bertindak, dan mengarah pada keputusan untuk memulai usaha. Selain itu, penelitian Hamzali & Arwin (2025) juga menegaskan bahwa kreativitas, bersama dengan sikap kewirausahaan, memiliki kontribusi langsung yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Kedua studi ini menggarisbawahi bahwa kreativitas bukan sekadar bakat, melainkan kompetensi yang memungkinkan calon wirausahawan untuk membedakan diri dalam pasar yang kompetitif.

Secara teoretis, pengaruh kuat kreativitas ini dapat dipahami melalui konsep esensial kewirausahaan itu sendiri, yaitu penciptaan nilai baru (value creation) melalui eksplorasi peluang. Kreativitas menjadi bahan bakar utama dalam proses identifikasi peluang (opportunity recognition), langkah pertama yang sangat krusial dalam berwirausaha. Mahasiswa yang terlatih dalam berpikir kreatif akan lebih peka terhadap masalah yang belum terpecahkan dan kebutuhan pasar yang belum terpenuhi, baik itu di tingkat lokal

maupun global. Hal ini menjadikan mereka lebih siap untuk merespons tantangan dengan solusi yang inovatif.

Kreativitas juga dapat berperan penting dalam mengidentifikasi peluang usaha yang mungkin tidak terlihat oleh orang lain. Sebagai contoh, mahasiswa yang kreatif cenderung lebih mampu menggali potensi lokal yang mungkin terabaikan, seperti memanfaatkan sumber daya alam di Kabupaten Sumbawa untuk produk ramah lingkungan atau jasa berbasis teknologi. Kemampuan ini mentransformasi mahasiswa dari seorang pemimpi menjadi seorang problem-solver yang bersemangat untuk mewujudkan solusinya dalam bentuk usaha riil. Kreativitas yang tinggi mendorong mereka untuk terus berinovasi, bahkan ketika menghadapi hambatan dan ketidakpastian yang umum terjadi dalam dunia usaha.

Oleh karena itu, untuk memperkuat minat berwirausaha mahasiswa, penting untuk menciptakan iklim kreativitas yang mendukung di kampus. Salah satu cara yang efektif adalah melalui metode pembelajaran yang menantang dan proyek berbasis inovasi yang mengasah kemampuan mahasiswa untuk berpikir kritis dan kreatif. Fasilitas seperti ruang kreatif, kompetisi ide bisnis, dan program kewirausahaan dapat menjadi sarana yang memotivasi mahasiswa untuk menggali potensi mereka lebih dalam. Dengan demikian, membangun budaya kewirausahaan yang kreatif sejak dini akan mempercepat transformasi mahasiswa menjadi wirausahawan yang berinovasi dan siap bersaing di dunia bisnis.

3) Pengaruh Motivasi Berwirausaha (X_3) terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Penelitian ini membuktikan bahwa motivasi berwirausaha memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, terutama di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) UTS. Temuan ini menunjukkan bahwa dorongan internal seperti keinginan untuk aktualisasi diri, meraih otonomi, dan mencapai kesuksesan, bersama dengan dorongan eksternal seperti memanfaatkan peluang ekonomi, merupakan faktor psikologis yang sangat kuat dalam menumbuhkan minat berwirausaha. Dalam hal ini, tanpa motivasi yang kuat, pengetahuan dan kreativitas saja tidak cukup untuk mengubah potensi menjadi niat yang nyata. Hal ini sejalan dengan temuan Judijanto et al. (2025), yang menemukan bahwa motivasi intrinsik memegang peran dominan dalam meningkatkan minat berwirausaha, bahkan lebih besar daripada pengaruh pendidikan kewirausahaan dan kreativitas.

Penelitian lebih lanjut oleh Revinzky et al. (2025) menegaskan bahwa motivasi berfungsi sebagai mediator yang kuat antara pendidikan kewirausahaan dan minat berwirausaha. Artinya, pendidikan kewirausahaan akan jauh lebih efektif jika mampu membangkitkan motivasi intrinsik dalam diri mahasiswa. Ini menunjukkan pentingnya mengembangkan aspek psikologis mahasiswa, bukan hanya keterampilan teknis atau akademis. Sebagai contoh, ketika mahasiswa merasa terinspirasi dan terdorong oleh faktor internal seperti keinginan untuk berinovasi dan mengendalikan masa depan mereka, mereka akan lebih cenderung untuk memulai usaha mereka sendiri.

Secara teoretis, temuan ini sesuai dengan self-determination theory, yang menyatakan bahwa motivasi intrinsik berkaitan dengan kebutuhan psikologis dasar untuk merasa kompeten, memiliki otonomi, dan terhubung dengan orang lain. Dalam konteks kewirausahaan, mahasiswa yang termotivasi secara intrinsik melihat berwirausaha sebagai sarana untuk mewujudkan passion mereka, menciptakan solusi baru, dan berkontribusi kepada masyarakat. Minat berwirausaha yang muncul dari dalam ini lebih autentik dan cenderung bertahan lama, bahkan di tengah tantangan yang dihadapi dalam dunia usaha.

Oleh karena itu, untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa FEB UTS, penting bagi institusi pendidikan untuk menciptakan lingkungan yang dapat merangsang

motivasi intrinsik. Ini bisa dilakukan dengan memberikan pengalaman nyata, seperti program mentorship yang melibatkan wirausahawan sukses, berbagi cerita keberhasilan yang menggugah, serta menciptakan peluang untuk belajar dari kegagalan. Program seperti ini tidak hanya memberikan keterampilan praktis tetapi juga membangkitkan semangat juang yang kuat pada mahasiswa untuk berwirausaha.

Selain itu, universitas juga perlu mengintegrasikan elemen-elemen kewirausahaan dalam kurikulumnya, yang tidak hanya berbicara tentang teori atau strategi bisnis, tetapi juga tentang bagaimana membangun mentalitas wirausaha yang tangguh. Menumbuhkan motivasi berwirausaha yang kuat dalam diri mahasiswa akan menjadi kunci utama dalam menghasilkan generasi wirausahawan muda yang siap berkontribusi pada perekonomian lokal dan nasional. Program-program yang mendukung minat berwirausaha ini dapat menjadi landasan bagi mahasiswa untuk melihat kewirausahaan bukan hanya sebagai pilihan karier, tetapi sebagai panggilan hidup yang memberikan makna lebih dalam kehidupan mereka.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menarik beberapa kesimpulan utama mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa:

1. Pendidikan Kewirausahaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Hal ini menegaskan bahwa kurikulum, pelatihan, dan praktik bisnis yang diberikan melalui mata kuliah kewirausahaan secara efektif membekali mahasiswa dengan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan diri (self-efficacy) yang diperlukan untuk mengidentifikasi peluang dan merealisasikan ide usaha, sehingga secara langsung meningkatkan intensi berwirausaha.
2. Kreativitas menunjukkan pengaruh positif dan signifikan yang paling kuat terhadap Minat Berwirausaha. Temuan ini menggarisbawahi peran vital kemampuan berpikir kreatif (meliputi fluency, flexibility, originality, dan elaboration) sebagai katalis utama yang memungkinkan mahasiswa menghasilkan ide-ide inovatif, mengenali peluang bisnis yang unik, dan pada akhirnya memiliki ketertarikan yang lebih besar untuk menciptakan nilai baru melalui wirausaha.
3. Motivasi Berwirausaha juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Dorongan internal berupa hasrat untuk aktualisasi diri, meraih otonomi, dan mencapai kesuksesan, serta dorongan eksternal dari peluang ekonomi, menjadi pendorong psikologis yang sangat kuat dalam membangkitkan dan memperkuat niat mahasiswa untuk memulai usaha sendiri di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N., & Oktafani, T. R. (2020). Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 10(1), 80-92.
- Ajzen, I. (2020). *The theory of planned behavior: Reactions and reflections*. *Journal of Social Psychology*, 145(5), 549-567.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Indikator Ketenagakerjaan Indonesia 2020–2024*. Jakarta

- Chen, P. (2024). Entrepreneurship education and college students' entrepreneurial intention: Mediating role of creativity. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 52(10), 1-8.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Endang, E. (2024). Education And Entrepreneurship Motivation: Do They Influence Students' Entrepreneurial Interest?. *Jurnal Eduscience*, 11(2), 290-298.
- Hair, J. F., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Pearson Education.
- Hamzali, S., & Arwin, A. (2025). The Effect of Entrepreneurship Learning, Social Environment, and Creativity on Entrepreneurial Interest: The Mediating Role of Entrepreneurial Attitude. *The Effect of Entrepreneurship Learning, Social Environment, and Creativity on Entrepreneurial Interest: The Mediating Role of Entrepreneurial Attitude*, 3(1), 36-47.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Jiatong, W., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M. S., Mirza, F., & Rafiq, M. (2021). Impact of entrepreneurial education, mindset, and creativity on entrepreneurial intention: mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Frontiers in psychology*, 12, 724440.
- Judijanto, L., Sukmayadi, D., Sono, M. G., Hibrida, A. R., & Mardiah, A. (2025). The Impact of Entrepreneurship Education, Creativity, and Intrinsic Motivation on Entrepreneurial Intention: A Mediation Study of Student Self-Efficacy in Indonesia. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 3(01), 100-112.
- Kalil, L. R., & Evant, M. (2020). Measuring product creativity in small and medium enterprises. *Journal of Business Innovation*, 15(2), 45-60.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). *Laporan Tahunan UMKM Indonesia*. Jakarta
- 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.
- Paliwal, M., Rajak, B. K., Kumar, V., & Singh, S. (2022). Assessing the role of creativity and motivation to measure entrepreneurial education and entrepreneurial intention. *International Journal of Educational Management*, 36(5), 854-874.
- Rachmadana, S. L., & Diarra, S. (2024). The Impact of Entrepreneurship Education and Motivation on Entrepreneurial Intentions: Creativity as a Mediating Factor. *Pinisi Journal of Entrepreneurship Review*.
- Revinzky, M. A., Ihsan, M. C., Rejito, C., Hasan, Z. I., & Akbar, A. (2025). Entrepreneurship Education and Academic Support: Understanding Their Impact on Entrepreneurial Motivation and Interest. *Entrepreneurship Education and Academic Support: Understanding Their Impact on Entrepreneurial Motivation and Interest*, 3(1), 14-26.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sun, J., Shi, J., & Zhang, J. (2023). From entrepreneurship education to entrepreneurial intention: Mindset, motivation, and prior exposure. *Frontiers in Psychology, 14*, 954118.

Wang, C., Mundorf, N., & Salzarulo-McGuigan, A. (2022). Entrepreneurship education enhances entrepreneurial creativity: The mediating role of entrepreneurial inspiration. *The International Journal of Management Education, 20*(2), 100570.