

Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self-Efficacy

Nimas Aurahusna Milenia^{1*}

Budi Eko Soetjipto²

Heny Kusdiyanti³

^{1,2,3}Universitas Negeri Malang, Malang

*Corresponding Author: nimas.aurahusna.2304158@students.um.ac.id

Abstract

Research by (Suyati & Rozikin, 2021) stated that individual needs factors alone are not enough to increase entrepreneurial motivation, educators or the school community must support it so that there is an increase. Teachers or educators themselves must use learning activities to foster self-efficacy. It is very important for teachers and school administrators to support motivation, creativity, interest and self-efficacy in students. The study was conducted at SMK Negeri 6 Malang, where it was found that 1-2 or 2-3% of students who were motivated by self-efficacy had a positive relationship with their motivation. The research method used was a quantitative approach to 311 students as respondents who were processed using SPSS. to test the hypothesis. The conclusion is that entrepreneurial motivation, creativity, interest in entrepreneurship, and self-efficacy have a positive and significant influence on each other. Suggestions that can be conveyed to further researchers are to conduct different tests related to variables and data processing tools.

Keywords: Creativity, Entrepreneurial Motivation, Entrepreneurial Interest, Self-Efficacy

Abstrak

Pada penelitian (Suyati & Rozikin, 2021) menyatakan bahwa Faktor kebutuhan individu saja tidak cukup untuk meningkatkan motivasi berwirausaha, para pendidik atau masyarakat sekolah harus mendukungnya agar terjadi peningkatan. Guru atau tenaga pendidik sendiri harus menggunakan kegiatan pembelajaran untuk menumbuhkan efikasi diri. Sangat penting bagi guru dan administrator sekolah untuk mendukung motivasi, kreativitas, minat dan efektivitas diri pada siswa. Penelitian dilakukan di SMK Negeri 6 Malang, di mana ditemukan bahwa 1-2 atau 2-3% siswa yang termotivasi oleh efektivitas diri memiliki hubungan positif dengan motivasi mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif terhadap 311 siswa sebagai responden yang di olah menggunakan SPSS. untuk menguji hipotesis. Simpulannya motivasi berwirausaha, kreativitas, minat berwirausaha, dan self-efficacy saling berpengaruh secara positif dan signifikan. Saran yang dapat di sampaikan untuk peneliti selanjutnya adalah melakukan pengujian yang berbeda terkait variabel maupun alat pengolahan data.

Kata Kunci: Efikasi Diri, Minat Berwirausaha, Motivasi Berwirausaha, Kreativitas.

Pendahuluan

Angka kemiskinan di Indonesia semakin meningkat, dan salah satu cara untuk menurunkan angka kemiskinan suatu negara adalah melalui kewirausahaan, berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2023 lulusan SMK menyumbang angka pengangguran tertinggi yaitu sebanyak 9,31% yang disusul oleh lulusan SMA umum sejumlah 8,15 dan seterusnya. Menurut (Perkasa et al., 2020) minat mahasiswa berwirausaha tidak banyak dipengaruhi oleh pendidikan kewirausahaan. Di sisi lain, hasil penelitian (Ariyanti, 2018) dan (Telaumbanua, 2023) menyatakan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Namun, terdapat beberapa hasil penelitian lain yang berbanding terbalik seperti (Sundari & Novemy, 2022) yang menyatakan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap minat berwirausaha. Dapat dikatakan bahwa hasil penelitian terdahulu memberikan hasil yang tidak konsisten, dengan

perbedaan yang signifikan dan tidak signifikan. Dengan demikian diharapkan bahwa penelitian ini akan menambah pengetahuan dan menawarkan perspektif segar mengenai keberhasilan inisiatif sekolah untuk mendorong minat siswa dalam berwirausaha.

Peneliti menemukan bahwa Teori Theory of Planned Behavior (TPB) sangat relevan dan dapat diaplikasikan dalam praktik pembelajaran kewirausahaan di SMK untuk memahami dan meningkatkan intensi berwirausaha siswa. TPB menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat (intention) untuk melakukan perilaku tersebut dan TPB sendiri terdiri dari tiga komponen utama yang mempengaruhi niat berwirausaha, yaitu sikap berperilaku, norma subjektif, dan efikasi diri (Nuril Huda, 2018). Sikap positif terhadap kewirausahaan, seperti keberanian menghadapi risiko, dibentuk melalui pembelajaran kewirausahaan yang memberikan wawasan dan pengalaman praktik sehingga siswa siap mental dan percaya diri untuk memulai usaha. Di sisi lain norma subjektif berupa dukungan dari guru, keluarga, dan lingkungan sekitar juga di perlukan. (Firdausiah et al., 2023).

Pada SMK Negeri 6 Malang pembelajaran kewirausahaan diberikan dengan 2 cara, yaitu melalui teori dan praktik sesuai dengan jurusan yang di ambil, dimana para siswa diberikan arahan dari memproduksi hingga memasarkan produk baik secara individu maupun kelompok dan di awasi oleh guru pengampu sehingga meningkatkan efikasi diri siswa yang pada akhirnya berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha, dimana semakin tinggi efikasi diri semakin besar juga niat siswa untuk berwirausaha. Beberapa siswa bahkan sudah memiliki usaha sejak belum mendapatkan pelajaran kewirausahaan. Selain fokus memberikan ajaran dan ilmu sesuai dengan minat masing – masing, siswa juga diberikan kesempatan untuk ice breaking pada sela-sela pembelajaran guna membangkitkan semangat dan motivasi agar tidak jenuh. Selama kegiatan ice breaking dilakukan siswa diajak bermain game, diberikan waktu istirahat dan motivasi yang dapat membangkitkan fikiran imajinatif guna meningkatkan kreativitas siswa. Namun setelah semua usaha yang dilakukan, justru ditemukan data bahwa presentase siswa yang benar – benar melakukan kegiatan berwirausaha hanya sebesar 3,33% - 7% saja dan bidang kewirausahaan yang dipilih berbeda dengan pelajaran yang mereka terima di sekolah.

Motivasi yang diperoleh dari pembelajaran dan pengalaman praktik berperan sebagai mediator yang memperkuat pengaruh sikap, norma subjektif, dan efikasi diri terhadap intensi kewirausahaan siswa SMK. SMK menyediakan fasilitas seperti unit produksi dan bisnis center serta pelatihan keterampilan yang rutin, yang mendukung siswa mengaplikasikan teori TPB dalam praktik nyata kewirausahaan dan membangun kesiapan mental serta keterampilan wirausaha (Hidayah & Ghofur, 2023). Beberapa studi menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan di SMK berpengaruh signifikan positif terhadap intensi berwirausaha siswa, yang sejalan dengan prediksi TPB bahwa pembelajaran dapat membentuk sikap, norma, dan kontrol perilaku yang mendukung niat berwirausaha. sehingga dapat disimpulkan bahwa TPB menjadi kerangka yang efektif untuk menjelaskan dan meningkatkan intensi kewirausahaan siswa SMK melalui pembelajaran yang mengembangkan sikap positif, dukungan sosial, dan kepercayaan diri, serta penerapan praktik kewirausahaan nyata di lingkungan sekolah (Suryaningrum et al., 2016).

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan secara langsung di lapangan, guru telah memberikan motivasi dan pengasahan kreativitas guna meningkatkan minat siswa dengan meningkatkan kepercayaan diri. Namun, setelah semua usaha ini nyatanya data yang di dapat masih menunjukkan bahwa minat siswa masih rendah. Tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi berwirausaha dan kreativitas terhadap minat berwirausaha melalui self-efficacy sebagai mediator. Berdasarkan permasalahan yang telah disampaikan di atas peneliti memutuskan untuk mengambil judul “Pengaruh Motivasi Ber-

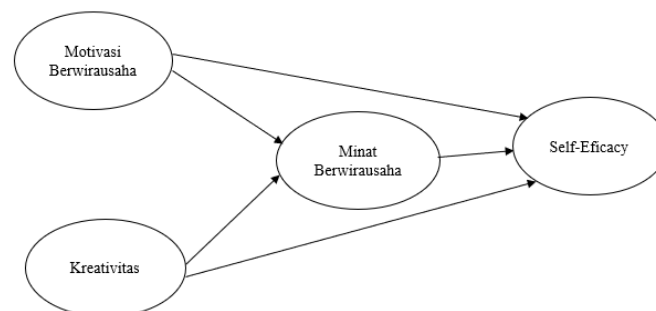
wirausaha dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self-Eficacy Pada Siswa SMK Negeri 6 Malang”.

Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan memperoleh pemahaman mendalam terhadap suatu fenomena melalui pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini berfokus pada pemahaman konteks sosial serta proses yang terjadi di dalamnya (Hermawan & Amirullah, 2016). Selain itu, dilakukan simulasi berbasis Hyperledger Fabric untuk menguji implementasi teknologi block-chain, dengan analisis data yang dilakukan menggunakan pendekatan SWOT guna mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait.

Observasi, Wawancara dan Dokumentasi

Berdasarkan pada kajian teoritik dan empiris, hipotesis yang merupakan jawaban sementara yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual
Sumber: Data Penelitian

- H1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha
- H2: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kreativitas terhadap minat berwirausaha
- H3: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara self-eficacy terhadap minat berwirausaha
- H4: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara motivasi berwirausaha terhadap self-eficacy
- H5: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kreativitas terhadap self-eficacy
- H6: Terdapat pengaruh tidak langsung motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha melalui self-eficacy
- H7: Terdapat pengaruh tidak langsung kreativitas terhadap minat berwirausaha melalui self-eficacy

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana suatu teori pengujian menggunakan variabel yang dinilai dengan angka dan teknik statistik (Ali et al., 2022). Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, penelitian yang tidak mengubah variabel atau mencari korelasi sebab-akibat; sebaliknya, penelitian ini lebih berkonsentrasi pada “apa” suatu item penelitian (Siedlecki, 2020). Dan variabel penelitian yang digunakan adalah : motivasi berwirausaha (X1), kreativitas (X2), minat berwirausaha (Y), dan Self-Eficacy (Z). Penelitian ini memiliki tujuan untuk memperjelas hubungan sebab akibat antara kondisi motivasi berwirausaha dengan kreativitas mahasiswa dalam membekali diri untuk berwirausaha. Teknik sampling yang di gunakan adalah Proportional Random Sampling dimana sampel pada

penelitian ini di ambil secara proporsional dan pengambilan acak pada setiap pembagiannya guna menentukan sampel tiap kelas. Peneliti memilih untuk menggunakan software SPSS karena kemampuannya yang lengkap, akurat, mudah digunakan, dan efisien dalam mengolah data statistik yang kompleks, sehingga sangat mendukung kualitas dan keandalan hasil penelitian (Sonny et al., 2023).

Populasi dan Sampel

Populasi adalah kumpulan seluruh unit yang mempunyai karakteristik variabel yang sedang diteliti dan temuan penelitiannya dapat diterapkan secara umum (Shukla, 2020). Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah Siswa kelas XI dan XII SMKN 6 Malang yang telah menempuh mata pelajaran kewirausahaan baik secara praktek maupun teori. Berdasarkan data yang diperoleh terdapat 1610 siswa kelas XI dan XII yang telah menempuh mata pelajaran kewirausahaan. Sampel dihitung dengan menggunakan sample size calculator dengan margin of error 5%, population propotion 50% dan di dapatkan jumlah hitungan sebesar 311 siswa.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini menggunakan 2 metode pengumpulan data yaitu angket/kuesioner dan dokumentasi. Kuesioner penelitian ini berbentuk tertutup karena alternative jawaban disediakan dimana setiap variabel di penelitian ini menggunakan skala likert dengan perhitungan nilai 1-5. Nilai 1 menunjukkan pendapat “sangat tidak setuju”, nilai 2 menunjukkan pendapat “tidak setuju”, nilai 3 menunjukkan pendapat “Netral”, nilai 4 menunjukkan pendapat “Setuju”, dan terakhir nilai 5 menunjukkan pendapat “sangat setuju”. Kuesioner pada penelitian ini digunakan untuk memperoleh data dari variabel Motivasi Berwirausaha, Kreativitas, Minat berwirausaha dan Self-efficacy. Sedangkan dokumentasi pada penelitian ini mencakup pengumpulan dan analisis literatur terkait mengenai isu yang diteliti untuk mendapatkan wawasan dan mengembangkan kerangka teoritis yang penting untuk diskusi selanjutnya dan data pendukung dari penyebaran kuesioner.

Instrumen Penelitian

Instrumen adalah alat yang digunakan untuk pengumpulan data secara sistematis dan berkesinambungan yang mana setiap pernyataan atau pertanyaan telah diseleksi terlebih dahulu dan dibagikan kepada responden dalam urutan tertentu. Variabel pertama pada penelitian ini adalah “motivasi berwirausaha” atau sebagai X1 yang memiliki 7 item (Lu et al., 2023) yaitu : Saya punya ide yang bisa menjadi peluang bisnis, menjadi wiraswasta adalah hal yang biasa dilakukan, Kemungkinan untuk pemenuhan diri, menjadi wiraswasta lebih bergengsi dibandingkan menjadi karyawan, karier sebagai wirausahawan bisnis sangat menarik bagi saya, menjadi wirausaha bisnis akan menghasilkan kepuasan yang besar bagi saya, dan terakhir menjadi wiraswasta di bisnis Anda sendiri lebih menarik. Variabel ke dua pada penelitian ini adalah “kreativitas” sebagai X2 yang memiliki 5 item (Chang & Chen, 2020) yaitu : Saya biasanya mencari elemen kreatif dan inspirasi baru lalu memanfaatkan ide tersebut dalam bisnis kreatif saya, saya tidak takut mengambil resiko, saya biasanya menyarankan cara-cara baru untuk mencapai tujuan dan sasaran, saya sering mempunyai pendekatan baru terhadap masalah, dan terakhir secara umum, saya adalah sumber ide kreatif yang baik. Selanjutnya variabel ke tiga pada penelitian ini adalah “minat berwirausaha” sebagai Y yang memiliki 4 item (Lu et al., 2023) yaitu : Saya akan melakukan segala upaya untuk memulai bisnis di masa depan, saya bertekad untuk menciptakan bisnis di masa depan, saya telah berpikir dengan

sangat serius untuk memulai sebuah bisnis, dan saya mempunyai niat yang kuat untuk memulai bisnis suatu hari nanti.

Dan yang terakhir adalah variabel ke empat pada penelitian ini yaitu “Self-Efficacy” atau Z yang memiliki 20 item (Maritz & Brown, 2013) anatar lain : Kenali kapan sebuah ide cukup baik untuk mendukung bisnis baru, Kenali peluang atau peluang ketika Anda melihatnya, mulailah bisnis yang sukses jika Anda ingin, identifikasi siapa yang kemungkinan besar akan membeli produk atau layanan baru, merancang produk atau layanan baru untuk memenuhi peluang pasar baru, menerapkan pendekatan pemasaran yang tepat untuk memperkenalkan produk atau layanan jenis baru, menjual produk ke pelanggan pertama kali, perkirakan secara akurat biaya menjalankan bisnis baru, ketahui cara menempatkan nilai finansial yang tepat pada perusahaan baru, mengelola tugas keuangan rutin/rutin yang diperlukan untuk menjalankan bisnis baru, kenali dan rekrut karyawan yang baik untuk bisnis baru jika diperlukan, menulis rencana bisnis yang jelas dan lengkap, membujuk investor untuk memasukkan uang ke dalam bisnis baru, harus mengambil keputusan di bawah tekanan, menangani penolakan atau menghadapi hasil atau komentar yang mengecewakan, mengatasi penolakan dari rekan bisnis, teruslah berjalan sendiri meskipun banyak tantangan yang menghadang, menyelesaikan permasalahan yang muncul saat mendirikan bisnis baru, memahami apa yang diperlukan untuk memulai bisnis, dan bernegosiasi dengan pemasok untuk mendukung bisnis baru dengan harga dan persyaratan kontrak yang menguntungkan

Metode Analisis Data

Setelah mengumpulkan semua data dilakukan beberapa analisis menggunakan software SPSS, beberapa analisis yang dilakukan antara lain : analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokdisitas, dan terakhir pengujian hipotesis.

Hasil & Pembahasan

Responden pada penelitian ini dibedakan berdasarkan jenis kelamin dan kejuruan. Data dari hasil analisis karakteristik 311 responden tersebut tersaji pada tabel 1. Responden pada penelitian ini didominasi oleh siswa laki - laki dengan jumlah 194 siswa dan siswa Perempuan sebanyak 117 siswa. sedangkan responden berdasarkan kejuruan di dominasi oleh kejuruan IKM RPL dengan jumlah 59 siswa. seluruh responden telah mendapatkan pendidikan kewirausahaan melalui mata pelajaran baik berupa teori maupun praktik.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Kejuruan

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	194	62,37%
2	Perempuan	117	37,62%
	Total	311	100%
No	Kejuruan	Jumlah	Persentase
1	IKM DPIB	2	0.64%
2	IKM KJIJ	24	7.72%
3	IKM RPL	59	19%
4	IKM SIJA	25	8.04%
5	IKM TAB	10	3.22%
6	IKM TITL	4	1.29%
7	IKM TKJ	25	8.04%
8	IKM TKR	47	15.1%
9	IKM TO	0	0%
10	IKM TPM	0	0%

11	K13 DPIB	2	0.64%
12	K13 KJIJ	2	0.64%
13	K13 OTO	0	0%
14	K13 RPL	30	9.65%
15	K13 SIJA	8	2.57%
16	K13 TAB	8	2.57%
17	K13 TITL	21	6.75%
18	K13 TKJ	10	3.22%
19	K13 TKRO	34	10.9%
	Total	311	100%

Sumber: Data primer diolah peneliti

Tabel 2. Uji Validitas

No	Correlation	R Tabel	Keterangan
Motivasi Berwirausaha (X1)	0.612	0.113	Valid
	0.610	0.113	
	0.624	0.113	
	0.546	0.113	
	0.727	0.113	
	0.717	0.113	
	0.717	0.113	
Kreativitas (X2)	0.726	0.113	Valid
	0.738	0.113	
	0.761	0.113	
	0.717	0.113	
	0.745	0.113	
Minat Berwirausaha (Y)	0.833	0.113	Valid
	0.864	0.113	
	0.819	0.113	
	0.868	0.113	
Self-Eficacy (Z)	0.698	0.113	Valid
	0.729	0.113	
	0.705	0.113	
	0.756	0.113	
	0.781	0.113	
	0.768	0.113	
	0.652	0.113	
	0.773	0.113	
	0.784	0.113	
	0.788	0.113	
	0.739	0.113	
	0.790	0.113	
	0.629	0.113	
	0.485	0.113	
	0.717	0.113	
	0.696	0.113	
	0.635	0.113	
	0.814	0.113	
	0.793	0.113	
	0.785	0.113	

Sumber: Data primer diolah peneliti

Berdasarkan pada tabel 2. di dapatkan hasil bahwa 7 indikator variabel motivasi berwirausaha (X1) dengan rentang $0.546-0.727 > 0.113$, variabel kreativitas (X2) didapatkan hasil bahwa 5 indikator memiliki rentang $0.717-0.761 > 0.113$, variabel minat berwirausaha (Y) didapatkan hasil bahwa 4 indikator memiliki rentang $0.819-0.868 > 0.113$, dan variabel self-efficacy (Z) didapatkan hasil bahwa dari 20 indikator memiliki rentang $0.819-0.485 > 0.113$. Dengan demikian, mengacu pada jurnal (Sanaky, 2021) dinyatakan bahwa hasilnya adalah valid.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach's Alpha	Evaluasi
Motivasi Berwirausaha	0.763	Reliabel
Kreativitas	0.790	Reliabel
Minat Berwirausaha	0.951	Reliabel
Self-Efficacy	0.951	Reliabel

Sumber: Data primer diolah peneliti

Berdasarkan tabel 3. diatas menunjukkan bahwa semua variabel-variabel yang ada yaitu motivasi berwirausaha, kreativitas, minat berwirausaha, dan *self-efficacy* yang dipakai dalam penelitian ini semua variabelnya menunjukkan koefisien korelasi *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0.60 yang dapat diartikan semua variabel dinyatakan reliabel sehingga layak untuk dilanjutkan penelitian.

Tabel 4. Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S)

Persamaan	Asymp. Sig (2-tailed) Kolmogrov-Smirnov Z
Substruktur 2	0.200

Sumber: Data primer diolah peneliti

Berdasarkan table 4. Di atas hasil uji normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov dapat diketahui dengan nilai signifikan pada model lebih dari $\alpha 0.050$. Jadi dapat disimpulkan bahwa model ini yang melalui uji normalitas dikatakan normal.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Motivasi Berwirausaha	0.455	2.198
Kreativitas	0.475	2.107
Self-Efficacy	0.434	2.304

Sumber: Data primer diolah peneliti

Tahap ke tiga pada penelitian ini adalah dilakukan pengujian heterokdisitas sebagaimana telah disajikan pada tabel 5. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diperoleh nilai sig variabel motivasi berwirausaha sebesar 0.054 maka tidak terjadi heteroskedastisitas, nilai uji variabel kreativitas 0.060 maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan nilai sig variabel *self-efficacy* sebesar 0.061 maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Yaldi et al., 2022)

Tabel 6. Hasil Uji Heterokdisitas

Model	Cronbach's Alpha
Motivasi Berwirausaha	0.054
Kreativitas	0.060
Self-Efficacy	0.061

Sumber: Data primer diolah peneliti

Berdasarkan tabel 6. Di atas pengambilan keputusan untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan nilai t statistic dimana nilai t statistic yang lebih besar dari nilai t tabel 1.968, menunjukkan pengaruh yang signifikan. Berikut hasil pengujian hipotesis berdasarkan yang terbentuk.

Tabel 7. Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Pengaruh	Koefisien	T Statistik	Signifikan	Keterangan
1	X1 ke Y	0.310	5.465	0.000	Signifikan
2	X2 ke Y	0,127	2.285	0.023	Signifikan
3	X1 ke Z	0.437	8.785	0.000	Signifikan
4	X2 ke Z	0.389	7.818	0.000	Signifikan
5	Z ke Y	0.390	6.713	0,000	Signifikan
6	X1 ke Z ke Y	0.170	8.785	0.000	Signifikan
7	X2 ke Z ke Y	0.151	7.818	0.000	Signifikan

Sumber: Data primer diolah peneliti

Pengambilan keputusan untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan nilai t statistic dimana nilai t statistic yang lebih besar dari nilai t tabel 1.968, menunjukkan pengaruh yang signifikan. Berikut hasil pengujian hipotesis berdasarkan yang terbentuk.

Pembahasan

Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha

Hipotesis menguji ada tidaknya pengaruh secara langsung variabel Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha. Berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai t statistic 5.465 lebih besar dari t tabel 1.968 dan berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa dan siswi SMK Negeri 6 Malang dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ atau lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan. Berarti motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Nilai *standardized Coefficient beta* menunjukkan besarnya kontribusi variabel motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha adalah 0.310 Berarti tinggi maupun rendahnya motivasi berwirausaha mempengaruhi minat berwirausaha. Hal ini dikarenakan para guru khususnya guru pada mata pelajaran kewirausahaan dapat memberikan motivasi maupun pembelajaran kepada para siswanya di sela – sela pembelajaran pada kegiatan *ice breaking*. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari (Perkasa et al., 2020) (Wardani & Dewi, 2021) dan (Khwarazmita, 2022) yang juga menyatakan bahwa motivasi berwirausaha memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Pengaruh motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha dapat dijelaskan melalui kerangka Theory of Planned Behavior (TPB), yang menekankan pentingnya sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku dalam membentuk niat atau minat seseorang untuk berwirausaha. Sikap seseorang terhadap kewirausahaan dipengaruhi oleh tingkat motivasi kewirausahaan mereka, yang merupakan komponen internal. Motivasi tingkat tinggi juga menghasilkan sikap yang lebih positif terhadap kewirausahaan. Karena orang merasa berdaya dan terinspirasi untuk mengambil tindakan kewirausahaan, hal ini mendorong pengembangan minat yang kuat dalam mengelola perusahaan mereka sendiri (Maullah & Rofiuddin, 2021).

Pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha

Hipotesis menguji ada tidaknya pengaruh secara langsung variabel kreativitas terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai t statistik 2.885 lebih besar dari t tabel 1.968. dan hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha para siswa dan siswi SMK Negeri 6 Malang

dengan nilai signifikan $0.023 < 0.05$ atau lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan. Berarti kreativitas berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Nilai *standardized Coefficient beta* menunjukkan besarnya kontribusi variabel kreativitas terhadap minat berwirausaha adalah 0.217 sehingga dapat diartikan bahwa tinggi rendahnya kreativitas mempengaruhi minat berwirausaha. Berdasarkan hasil penelitian dari (Andika Isma et al., 2023)(Wardani & Dewi, 2021)dan (Jiatong et al., 2021) memiliki hasil yang sejalan dengan penelitian ini yaitu menyatakan bahwa kreativitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Pada SMK Negeri 6 Malang guru mendampingi kreativitas siswa mulai dari pemberian teori, pendampingan praktik hingga pemasaran produk. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kreativitas yang dimiliki maka semakin kuat minat berwirausaha yang ada pada para siswa. Pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha dapat dianalisis melalui Teori Pembelajaran Sosial Albert Bandura yang menekankan bahwa individu belajar melalui observasi dan interaksi sosial. Proses pembelajaran sosial, di mana orang-orang mengamati, meniru, dan mengubah perilaku wirausaha kreatif dari lingkungan sosial mereka, berkontribusi pada kreativitas dalam konteks ini. Menjadi kreatif memungkinkan seseorang untuk menghasilkan konsep-konsep baru dan solusi orisinal, yang meningkatkan kepercayaan diri seseorang dalam mengelola perusahaan dan meningkatkan antusiasme dalam berwirausaha (Melinda et al., 2023).

Pengaruh motivasi berwirausaha terhadap *self-efficacy*

Hipotesis menguji ada tidaknya pengaruh secara langsung variabel motivasi berwirausaha terhadap *self-efficacy*. Berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai t statistik 8.785 lebih besar dari t tabel 1.968 dan berdasarkan hasil penelitian nilai signifikan $0.000 < 0.05$ atau lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan. Itu artinya, *self-efficacy* berpengaruh terhadap minat berwirausaha menunjukkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha para siswa dan siswi SMK Negeri 6 Malang. Nilai *standardized Coefficient beta* menunjukkan besarnya kontribusi variabel *self-efficacy* terhadap minat berwirausaha dengan nilai 0.390. hal ini dapat diartikan bahwa tinggi rendahnya *self-efficacy* mempengaruhi minat berwirausaha. Pada SMK Negeri 6 Malang para guru memberikan motivasi dan beberapa *game* pada siswa selama *ice breaking* agar mereka bisa mendapatkan semangat dan motivasi baru serta lebih percaya diri dalam menciptakan produk-produknya dimana hal ini menunjukkan bahwa para guru mampu menumbuhkan efikasi diri siswa melalui motivasi. Hasil pada penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian lain menurut (Elen et al., 2018) (Ilham Abu et al., 2023) dan (Wardani & Dewi, 2021) yang menyatakan bahwa *self-efficacy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha menurut Teori Efikasi Diri Albert Bandura sangat signifikan karena efikasi diri merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk melaksanakan tindakan yang diperlukan dalam mencapai tujuan, termasuk dalam konteks berwirausaha. Orang dengan efikasi diri yang kuat lebih cenderung untuk meluncurkan dan menjalankan bisnis karena mereka pikir mereka dapat mengatasi hambatan dan menjalankan perusahaan mereka dengan baik. Orang yang memegang keyakinan ini lebih cenderung memiliki minat berwirausaha yang kuat karena mereka percaya bahwa mereka memiliki pengaruh terhadap arah dan hasil usaha mereka (Pipit, 2020).

Pengaruh kreativitas terhadap *self-efficacy*

Hipotesis menguji ada tidaknya pengaruh secara langsung variabel kreativitas terhadap *self-efficacy*. Berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai t statistik 7.818 lebih besar dari t tabel 1.968 dan berdasarkan hasil nilai signifikan $0.000 < 0.05$ atau lebih kecil dari taraf positif dan signifikan yang ditentukan menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh secara signifikan terhadap *self-efficacy* para siswa dan siswi SMK Negeri 6 Malang. Berarti motivasi

berwirausaha berpengaruh terhadap *self-efficacy* Nilai *standardized Coefficient beta* menunjukkan besarnya kontribusi variabel motivasi berwirausaha terhadap *self-efficacy* adalah 0.437 sehingga dapat diartikan bahwa tinggi rendahnya motivasi berwirausaha mempengaruhi *self-efficacy*. Pada siswa SMK Negeri 6 Malang pendampingan kreativitas para guru kepada para siswa dalam pembuatan produk memberikan dampak positif terhadap rasa percaya diri para siswa, pendampingan yang dilakukan bertujuan untuk memastikan apakah produk dari hasil kreativitas siswa sudah cukup layak atau tidak. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Agustin & Trisnawati, 2021) (Widya Febriyanti, Bella Pricilia, Rasmewahni, 2023) (Munawar & Suryana, 2020) dan (Adolph, 2016) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan motivasi berwirausaha terhadap *self-efficacy*. Sama halnya seperti hipotesis pertama, hipotesis ke-4 ini juga sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha berperan penting dalam membentuk keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk menjalankan usaha. Landasan efikasi diri kewirausahaan adalah motivasi tinggi, yang memberi orang dorongan internal yang kuat untuk merasa percaya diri dan mampu mengatasi berbagai hambatan dalam kewirausahaan. Oleh karena itu, dalam konteks kewirausahaan, efikasi diri seseorang meningkat seiring dengan tingkat motivasi kewirausahaannya (Carroll, 2016).

Pengaruh *self-efficacy* terhadap minat berwirausaha

Hipotesis menguji ada tidaknya pengaruh secara langsung variabel *self-efficacy* terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai *t statistic* 6.713 lebih besar dari *t tabel* 1.968 dan berdasarkan hasil nilai signifikan $0.000 < 0.05$ atau lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan. Berarti menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *self-efficacy* para siswa dan siswi SMK Negeri 6 Malang dengan. Nilai *standardized Coefficient beta* menunjukkan besarnya kontribusi variabel kreativitas terhadap *self-efficacy* adalah 0.000 sehingga dapat diartikan bahwa tinggi rendahnya kreativitas mempengaruhi *self-efficacy*. Pada siswa SMK Negeri 6 Malang selain pembelajaran juga dilakukan *ice breaking*. *ice breaking* sendiri merupakan waktu tertentu di sela-sela pembelajaran untuk para guru memberikan motivasi dan pembimbingan kreativitas agar para siswa tidak jenuh dan menemukan motivasi baru guna meningkatkan rasa percaya diri para siswa. Selain *ice breaking*, peningkatan rasa percaya diri siswa juga dapat melalui pembimbingan dari guru selama pembelajaran kewirausahaan berlangsung yang pada akhirnya membuat rasa percaya diri meningkat dan menambah minat siswa dalam berwirausaha. Hasil pada penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian lain menurut (Asmarani et al., 2023) (Ilham Abu et al., 2023) (Roza et al., 2019) (Keling & Sentosa, 2020) (Lubada et al., 2021) (Mahmood et al., 2018) dan (Munawar & Suryana, 2020) yang menyatakan bahwa kreativitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *self-efficacy*. Hipotesis ini menggunakan Teori Pembelajaran Sosial Albert Bandura yang menekankan pentingnya keyakinan diri (efikasi diri) dalam kemampuan menyelesaikan tugas atau menghadapi tantangan. Kreativitas, yang didefinisikan sebagai kapasitas untuk menghasilkan konsep orisinal dan solusi kreatif, merupakan pengalaman yang memuaskan yang meningkatkan kepercayaan diri. Orang yang kreatif merasa lebih kompeten dalam membuat keputusan dan memecahkan masalah, yang sangat meningkatkan efikasi diri mereka (Praningrum et al., 2022).

Pengaruh motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha yang dimediasi oleh *self-efficacy*

Hipotesis menguji ada tidaknya pengaruh secara tidak langsung variabel motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha yang dimediasi oleh *self-efficacy*. Berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai *t statistic* 8.785 lebih besar dari *t tabel* 1.968 sehingga dapat dikatakan bahwa *self-efficacy* dapat memediasi motivasi berwirausaha terhadap minat

berwirausaha. Koefisien jalur 0.170 bertanda positif menunjukkan berpengaruh antara variabel motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha dimediasi oleh *self-efficacy*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel motivasi berwirausaha terhadap *self-efficacy* adalah sebesar 0.437, pengaruh variabel *self-efficacy* terhadap Minat berwirausaha 0.390. Sedangkan pengaruh tidak langsung variabel motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha melalui *self-efficacy* 0.170 dan pengaruh total sebesar 0.827. Dari data yang dihitung dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang cukup erat antara variabel motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha yang dimediasi oleh *self-efficacy*. Artinya variabel *self-efficacy* dapat memediasi pengaruh motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha pada siswa SMK Negeri 6 Malang. Pada SMK Negeri 6 Malang para siswa diajak oleh para guru untuk melakukan *ice breaking* atau *refreshing* di Tengah – Tengah pembelajaran. *ice breaking* dilakukan dengan memberikan motivasi dan game pada para siswa agar mereka tidak merasa jenuh dan mendapatkan motivasi baru sehingga minat para siswa meningkat dan berpengaruh terhadap efikasi diri yang di dalamnya menimbulkan peningkatan rasa percaya diri mereka baik dalam memproduksi maupun memasarkan produk. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Munawar & Suryana, 2020) yang menyatakan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha melalui *self-efficacy*. Hipotesis ini menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) yang menekankan niat sebagai prediktor utama perilaku. Sikap positif seseorang terhadap kewirausahaan dan keinginan mereka untuk memulai bisnis sendiri diperkuat oleh inspirasi kewirausahaan. Motivasi tingkat tinggi membantu orang menjadi lebih percaya diri dan berani mengambil risiko, dua komponen TPB penting yang terkait dengan kontrol perilaku yang dirasakan (Hasniati & Syahrudin, 2022). Self-efficacy, atau keyakinan seseorang terhadap kemampuannya menjalankan usaha, berfungsi sebagai mediator antara motivasi dan minat berwirausaha. Dalam TPB, self-efficacy termasuk dalam kontrol perilaku yang dirasakan, yang mempengaruhi niat berwirausaha secara langsung.

Pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha yang dimediasi oleh *self-efficacy*

Hipotesis menguji ada tidaknya pengaruh secara tidak langsung variabel kreativitas terhadap minat berwirausaha yang dimediasi oleh *self-efficacy*. Berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai t statistic 7.818 lebih besar dari t tabel 1.968 sehingga dapat dikatakan bahwa *self-efficacy* dapat memediasi kreativitas terhadap minat berwirausaha. Koefisien jalur 0.151 bertanda positif menunjukkan berpengaruh antara variabel kreativitas terhadap minat berwirausaha dimediasi oleh *self-efficacy*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel kreativitas terhadap *self-efficacy* 0.389, pengaruh variabel *self-efficacy* terhadap minat berwirausaha 0.390. Sedangkan pengaruh tidak langsung variabel kreativitas terhadap minat berwirausaha melalui *self-efficacy* 0.151 dan pengaruh total sebesar 0.779. Dari data yang dihitung dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang cukup erat antara variabel kreativitas terhadap minat berwirausaha yang dimediasi oleh *self-efficacy*. Artinya *self-efficacy* dapat memediasi pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha pada siswa SMK Negeri 6 Malang. Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa hasil peneliti lain seperti (Lubada et al., 2021) (Mahmood et al., 2018) dan (Ilham Abu et al., 2023) menyatakan bahwa kreativitas berwirausaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha melalui *self-efficacy*. Hipotesis terakhir pada penelitian ini sejalan dengan Teori Pembelajaran Sosial Albert Bandura yang menekankan peran self-efficacy sebagai keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menjalankan suatu tindakan. Kreativitas mendorong individu untuk menghasilkan ide-ide baru dan solusi inovatif dalam menghadapi tantangan kewirausahaan, sehingga meningkatkan rasa percaya diri atau self-efficacy. Self-efficacy yang tinggi membuat individu yakin bahwa mereka mampu mengelola usaha dan menyelesaikan masalah yang

muncul, yang pada akhirnya memperkuat minat berwirausaha. Self-efficacy berfungsi sebagai mediator penting dalam hubungan antara kreativitas dan minat berwirausaha. Individu yang kreatif cenderung memiliki self-efficacy lebih tinggi karena kemampuan kreatifnya membantu mengatasi hambatan dan mengambil keputusan secara efektif dalam konteks kewirausahaan. Penelitian menunjukkan bahwa self-efficacy memiliki korelasi yang kuat dengan minat berwirausaha, dan kreativitas juga berpengaruh positif terhadap minat tersebut, namun pengaruh kreativitas menjadi lebih signifikan ketika self-efficacy ikut berperan sebagai penghubungnya (Elen et al., 2018). Pada SMK Negeri 6 Malang para siswa diberikan pembelajaran melalui teori maupun praktik dimana kegiatan ini mulai dari memproduksi hingga memasarkan produk didampingi oleh para guru. Dalam memberikan pembelajaran para guru bertugas untuk mengajari, membimbing, memberikan inspirasi, dan menganalisa kelebihan maupun kekurangan serta kelayakan hasil kreativitas siswa. Dengan melakukan hal-hal tersebut minat para siswa meningkat dan berdampak pada peningkatan efikasi diri (rasa percaya diri).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini pengaruh antar variabel berdasarkan 7 hipotesis menunjukkan hasil yang positif dan signifikan. Motivasi berwirausaha berperan penting dalam meningkatkan minat berwirausaha. Motivasi yang tinggi mendorong seseorang untuk lebih siap dan tertarik dalam menjalankan usaha. Selain itu, Kreativitas juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kesiapan dan minat berwirausaha. Kreativitas membantu individu dalam menciptakan ide-ide baru dan solusi inovatif yang diperlukan dalam dunia bisnis. *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha secara langsung maupun tidak langsung melalui motivasi dan kreativitas sebagai variabel mediasi. Penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut (motivasi, kreativitas, dan efikasi diri) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kesiapan dan minat berwirausaha siswa. Kesimpulannya, motivasi dan kreativitas meningkatkan minat berwirausaha dengan peran penting efikasi diri sebagai mediator yang memperkuat hubungan tersebut. Semakin tinggi efikasi diri seseorang, semakin besar motivasi dan kreativitasnya, sehingga minat berwirausaha juga meningkat. Sebaliknya, rendahnya efikasi diri dapat menurunkan motivasi dan kreativitas, sehingga minat berwirausaha menjadi rendah.

Saran

Selain beberapa Kesimpulan di atas, penelitian ini juga memiliki beberapa keterbatasan di antaranya adalah perlu adanya penerapan kreativitas yang tepat guna sehingga dapat menimbulkan minat berwirausaha yang maksimal bagi para siswa sehingga motivasi yang diberikan juga berdampak lebih positif antara lain : guru dapat membangkitkan motivasi dan efikasi diri siswa dengan memberikan nasihat, dukungan, serta penghargaan (reward) atas usaha dan pencapaian siswa serta pengakuan dan umpan balik positif membuat siswa lebih percaya diri dan termotivasi untuk mencoba hal baru serta mengembangkan minatnya. Selain itu, guru juga perlu menetapkan tujuan pembelajaran yang jelas, terukur, dan memberikan tantangan yang sesuai kemampuan siswa dimana hal ini membantu siswa merasa mampu (efikasi diri meningkat) dan tertantang untuk mengembangkan potensi serta kreativitasnya.

Sekaligus peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan pengujian yang berbeda terkait variabel mediasi selain *self-efficacy* Agar dapat memediasi pengaruh motivasi berwirausaha dan kreativitas terhadap minat berwirausaha. Melakukan pengujian yang berbeda seperti menggunakan analisis SEMpls antara variabel motivasi berwirausaha,

keaktivitas, minat berwirausaha dan *self-efficacy* dengan indikator lain serta data lainnya. Selain itu, peneliti lain juga bisa menggunakan hasil penelitian ini sebagai perbandingan maupun referensi.

References

- Adolph, R. (2016). 濟無No Title No Title No Title. 13(01), 1–23.
- Agustin, M. D., & Trisnawati, N. (2021). Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha melalui Self Efficacy pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran Angkatan 2018 Universitas Negeri Surabaya. *Journal of Office Administration : Education and Practice*, 1(3), 298–313. <https://doi.org/10.26740/joaep.v1n3.p298-313>
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian. *Education Journal*.2022, 2(2), 1–6.
- Andika Isma, Muhammad Rakib, Rusni Andriani, & Ina Septiani. (2023). Pengaruh Kreativitas dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi Berwirausaha Pada Santri dan Santriwati Pondok Pesantren Ad-Daraaen Makassar. *Journal of Economics, Entrepreneurship, Management Business and Accounting*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.61255/jeemba.v1i1.17>
- Ariyanti, A. (2018). Pengaruh Motivasi Dan Mental Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(2), 95. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i2.199>
- Asmarani, A., Parimita, W., & Wiradendi Wolor, C. (2023). Pengaruh Kreativitas Terhadap Intensi Berwirausaha Melalui Efikasi Diri Siswa Smkn 3 Depok. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(6), 1661–1672. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i6.882>
- Carroll, C. E. (2016). Theory of Planned Behavior. *The SAGE Encyclopedia of Corporate Reputation*, 13(2), 214–233. <https://doi.org/10.4135/9781483376493.n313>
- Chang, Y. Y., & Chen, M. H. (2020). Creative entrepreneurs' creativity, opportunity recognition, and career success: Is resource availability a double-edged sword? *European Management Journal*, 38(5), 750–762. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2020.03.004>
- Elen, M., Rusno, R., & Yudiono, U. (2018). Pengaruh Kreativitas Berwirausaha, Prestasi Belajar Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 3(1), 1–6. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v3i1.3813>
- Firdausiah, R. A., Bintang Nurrama Putra, & Raihan Salsabila. (2023). Impulsive Buying in Live Tiktok Shop: Exploring The Role of Telepresence, Enjoyment and Trust Among Generation Z. *Jkbm (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 10(1), 56–70. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v10i1.10456>
- Hasniati, H., & Syahrudin, S. (2022). Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Ecosystem*, 22(3), 541–550. <https://doi.org/10.35965/eco.v22i3.2014>
- Hidayah, N., & Ghofur, M. A. (2023). JKIP : Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan The Effect Of Attitude , Subjective Norms , Perceived Behavior Control , And Entrepreneurial Learning On The Entrepreneurial Intention Of Vocational High School Students In Sidoarjo Pengaruh Sikap , Norma Subjektif , P. *JKIP : Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan*, 4(1), 7–18.
- Ilham Abu, Marhawati, Alfira, Alda Ananda, Andi Amrullah, & Arjuna Agung Grison Masiku. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirauasahaan Dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Efikasi Diri Sebagai Variabel Intervening Pada Studi Mahasiswa Kewirausahaan Universitas Negeri Makassar. *Journal of Economics, Entrepreneurship,*

- Management Business and Accounting*, 1(1), 22–33. <https://doi.org/10.61255/jeemba.v1i1.19>
- 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(August). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.724440>
- Keling, M., & Sentosa, S. U. (2020). *The Influence of Entrepreneur Learning, Self-Efficacy and Creativity Toward Students Entrepreneurial Interests of Tarbiyah and Teachers Training Faculty, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*. 124, 575–581. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.121>
- Khwarazmita, T. (2022). The Influence of Entrepreneurial Motivation on Entrepreneurial Interest of UMM Students. *Journal of Career and Entrepreneurship*, 1(1), 1–9.
- Lu, I. R. R., Kwan, E., Heslop, L. A., Brouard, F., & Isabelle, D. A. (2023). Entrepreneurial Motivation in University Business Students: A Latent Profile Analysis based on Self-determination Theory. In *Entrepreneurship Research Journal* (Vol. 13, Issue 2). <https://doi.org/10.1515/erj-2020-0449>
- Lubada, F., Kusumojanto, D. D., & Indrawati, A. (2021). The Mediating Entrepreneurial Self-efficacy Between Entrepreneurship Education, Need For Achievement, and Creativity on Entrepreneurial Intention. *Journal of Business and Management Review*, 2(12), 832–849. <https://doi.org/10.47153/jbmr212.2602021>
- Mahmood, A., Ramzan, M. A., & Abdullah, M. I. (2018). Impact of Creativity on Entrepreneurial Intentions Through Self-Efficacy. *International Journal of Humanities and Social Development Research*, 2(1), 56–80. <https://doi.org/10.30546/2523-4331.2018.2.1.56>
- Maritz, A., & Brown, C. (2013). Enhancing entrepreneurial self-efficacy through vocational entrepreneurship education programmes. *Journal of Vocational Education and Training*, 65(4), 543–559. <https://doi.org/10.1080/13636820.2013.853685>
- Maullah, S., & Rofiuddin, M. (2021). Mengukur minat berwirausaha dengan menggunakan pendekatan theory of planned behavior dan religiusitas. *Journal of Management and Digital Business*, 1(2), 105–121. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i2.49>
- Melinda, R. D., Yohana, C., & ... (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kreativitas Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas , Dan Pendidikan, 15(3), 296–303. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v15i2.46860>
- Munawar, A., & Suryana. (2020). The Influence of Entrepreneurial Learning and the Motivation to the Entrepreneurial Interest of Students With Self Efficacy as Variable Intervening. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 4(3), 424–435. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm>
- Nuril Huda, S. A. (2018). Model Green Purchase Behavior Berbasis Theory Of Planned Behavior. *Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 51–60.
- Perkasa, D. H., Triansah, F., & Iskandar, D. A. (2020). The role of entrepreneurship education and entrepreneurial motivation in influencing students' entrepreneurship interest. *Literatus*, 2(2), 105–114.
- Pipit Muliyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). 濟無No Title No Title No Title. *Journal GEEJ*, 7(2), 11–41.
- Praningrum, Sari, A. P., & Hayadi, I. (2022). Efikasi Diri Kreatif Memediasi Intelegensi terhadap Perilaku Kerja Inovatif pada UMKM di Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 13(2), 166–179. <https://doi.org/10.29244/jmo.v13i2.40634>
- Roza, S., Muchtar, B., & Syamwil. (2019). *Effect of Entrepreneurship Education, Creativity, and Self Efficacy on Entrepreneurship Interest in Vocational Students*. 97(Piceeba), 272–277. <https://doi.org/10.2991/piceeba-19.2019.32>
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439.

<https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>

- Shukla, S. (2020). Concept of population and sample. *How to Write a Research Paper, June*, 1–6. https://www.researchgate.net/publication/346426707_CONCEPT_OF_POPULATION_AND_SAMPLE
- Siedlecki, S. L. (2020). Understanding Descriptive Research Designs and Methods. *Clinical Nurse Specialist*, 34(1), 8–12. <https://doi.org/10.1097/NUR.0000000000000493>
- Sonny, Tiara, Zakia, & Pasaribu, R. (2023). Kegunaan Aplikasi Spss Pada Mahasiswa Manajemen Informatika Pada Mata Kuliah Statistika. *Journal of Student Development Information Technology (JoSDIT)*, 1(1), 30–34.
- Sundari, & Novemy. (2022). Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 1(3), 51–64. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v1i3.431>
- Suryaningrum, I. D., Wardani, D. K., & Sabandi, M. (2016). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas Xi Smk Batik 2 Surakarta. *Jurnal Pendidikan Bisnis ...*, 2(1), 1–19. <http://jurnal.fkip.uns.ac.id/>
- Telaumbanua, R. (2023). Pengaruh Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Uniraya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 6(1), 143–152.
- Wardani, N. T., & Dewi, R. M. (2021). Pengaruh Motivasi, Kreativitas, Inovasi dan Modal Usaha terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 93. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i1.5806>
- Widya Febriyanti, Bella Pricilia, Rasmewahni, K. V. D. (2023). The Effect of Technopreneur Education and Entrepreneurship Motivation on Entrepreneurial interest with Self Efficacy as an Intervening Variable Widya. *Pinisi Journal of Entrepreneurship Review*, 1(3), 147–158. <https://doi.org/10.62794/pjer.v1i3.1075>
- Yaldi, E., Pasaribu, J. P. K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, G., Naibaho, R., Hati, S. K., & Aryati, V. A. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(2), 94–102. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.2.89>