

**PENGARUH MOTIVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP MINAT
BERWIRUSAHA
(Studi Kasus pada Gen Z di Kota Makassar)**

Muh Nabil Shadiq Natsir¹, Joy Maureen², Muhammad Aras³, Sinar Dharmayana Putra⁴

^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ciputra Makassar

Email : sinar.putra@ciputra.ac.id

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh motivasi dan kreativitas terhadap minat berwirausaha Gen Z di Kota Makassar. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan sampel 100 responden, teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ; Motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, Kreativitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Kata Kunci: Motivasi, Kreativitas, Minat Berwirausaha

Abstract

This research analyzes the influence of motivation and creativity on Gen Z's entrepreneurial interest in Makassar City. The method used is quantitative descriptive with a sample of 100 respondents, the analysis technique used is multiple linear regression with hypothesis testing. The research results show that; Motivation has a positive and significant influence on interest in entrepreneurship. Creativity has a positive and significant influence on interest in entrepreneurship.

Keywords: Motivation, Creativity, Interest in Entrepreneurship

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis di era globalisasi semakin intensif, didorong oleh pesatnya perkembangan teknologi dan digitalisasi yang secara drastis mengubah struktur ekonomi. Perubahan ini mengharuskan para pelaku usaha untuk terus berinovasi dan beradaptasi agar tetap kompetitif di pasar. Kotler dan Keller (2019) menekankan bahwa inovasi memiliki peran

krusial dalam menghadapi persaingan global. Mereka juga menyoroti pentingnya strategi pemasaran yang fleksibel dan mampu menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi serta perubahan perilaku konsumen.

Di tengah perubahan ekonomi yang dinamis, pengangguran tetap menjadi tantangan besar bagi banyak negara, termasuk Indonesia. Berdasarkan data

Badan Pusat Statistik (2022), tingkat pengangguran terbuka di Indonesia tercatat sebesar 5,86%, dengan kelompok usia muda sebagai penyumbang utama. Situasi ini mencerminkan adanya ketimpangan antara pertumbuhan jumlah tenaga kerja dan ketersediaan lapangan pekerjaan yang mencukupi.

Salah satu langkah yang dapat ditempuh untuk mengurangi tingkat pengangguran adalah dengan mendorong semangat kewirausahaan di masyarakat, terutama di kalangan generasi muda. Kewirausahaan dianggap mampu menciptakan peluang kerja baru serta berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Menurut Hisrich, Peters, dan Shepherd (2020), kewirausahaan memainkan peran penting dalam mendorong inovasi dan menciptakan nilai tambah bagi perekonomian.

Kewirausahaan merupakan proses menciptakan sesuatu yang baru dengan menginvestasikan waktu dan tenaga, serta menghadapi berbagai risiko, baik finansial, psikologis, maupun sosial, dengan tujuan memperoleh keuntungan ekonomi dan kepuasan pribadi. Kuratko (2020) menjelaskan bahwa kewirausahaan mencakup proses mengidentifikasi peluang dan mengembangkan ide menjadi produk

atau layanan yang memiliki nilai tambah. Beberapa faktor yang memengaruhi minat seseorang dalam berwirausaha meliputi motivasi, kreativitas, pendidikan kewirausahaan, serta dukungan dari lingkungan. Penelitian yang dilakukan oleh Haq (2019) menunjukkan bahwa motivasi dan kreativitas memiliki dampak signifikan terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha.

Motivasi adalah faktor internal yang mendorong seseorang untuk bertindak dalam mencapai tujuan tertentu. McClelland (1987) menyatakan bahwa individu dengan tingkat motivasi berprestasi yang tinggi cenderung memiliki hasrat kuat untuk meraih kesuksesan serta berani mengambil risiko yang telah dipertimbangkan, yang menjadi salah satu karakteristik utama seorang wirausahawan. Studi yang dilakukan oleh Lubis (2021) mengungkapkan bahwa motivasi dalam berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk terjun ke dunia wirausaha.

Selain motivasi, kreativitas juga berperan penting dalam meningkatkan minat seseorang untuk berwirausaha. Amabile (2018) mengungkapkan bahwa kreativitas memungkinkan individu untuk menciptakan gagasan baru serta solusi

inovatif, yang menjadi aspek krusial dalam pengembangan bisnis. Penelitian yang dilakukan oleh Haq (2019) menunjukkan bahwa kreativitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, di mana individu yang lebih kreatif cenderung memiliki ketertarikan lebih besar untuk memulai usaha sendiri.

Perpaduan antara motivasi dan kreativitas menjadi faktor fundamental yang mendorong seseorang untuk terjun ke dunia wirausaha. Dalam penelitian ini, Gen Z di Kota Makassar dipilih sebagai subjek penelitian karena generasi ini dikenal memiliki kemampuan adaptasi tinggi terhadap teknologi, bersifat kreatif, serta berpotensi besar dalam kegiatan kewirausahaan. Sebagai salah satu pusat ekonomi di wilayah timur Indonesia, Kota Makassar menyediakan peluang luas bagi pengembangan usaha lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keterkaitan antara motivasi dan kreativitas dengan minat berwirausaha di kalangan Gen Z di Kota Makassar. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor tersebut, hasil penelitian diharapkan dapat berkontribusi dalam merancang program kewirausahaan yang selaras dengan karakteristik generasi muda, sehingga

dapat mendukung pengembangan potensi mereka dalam dunia usaha.

TINJAUAN TEORI

Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha merupakan faktor psikologis yang mencerminkan ketertarikan dan antusiasme seseorang dalam mencapai tujuan yang memberikan manfaat bagi dirinya sebagai wirausahawan. Minat ini dapat diartikan sebagai kecenderungan individu untuk bekerja secara mandiri atau mengelola usahanya sendiri, yang mengindikasikan adanya ketertarikan terhadap kegiatan kewirausahaan (Mahanani & Sari, 2018).

Syaifudin (2016) menjelaskan bahwa minat berwirausaha merujuk pada kecenderungan dan ketertarikan seseorang terhadap dunia bisnis, yang mencakup keberanian dalam mengambil risiko untuk memperoleh keuntungan. Minat ini berperan sebagai landasan utama yang mendorong individu untuk berpartisipasi secara aktif dan berkelanjutan dalam berbagai aktivitas kewirausahaan.

Winarsih (2014) mengemukakan bahwa minat berwirausaha terdiri dari empat indikator utama. Pertama, kesadaran, yang mengacu pada pemahaman individu terhadap objek atau situasi yang relevan dengan dirinya.

Kedua, kemauan, yaitu dorongan yang terfokus pada pencapaian tujuan tertentu dan menciptakan perhatian terhadap objek tersebut. Ketiga, perasaan tertarik, yang muncul ketika seseorang merasa tertarik pada suatu objek. Terakhir, perasaan senang, yaitu rasa suka terhadap objek yang memicu munculnya minat.

Motivasi

Motivasi berwirausaha dapat dipahami sebagai dorongan kuat yang mendorong seseorang untuk terlibat dalam usaha mandiri. Riyanti dalam Sampurna (2015) menjelaskan bahwa motivasi ini muncul ketika individu menyadari kaitan antara kegiatan kewirausahaan dengan dirinya. Hal ini tercermin dalam perhatian dan minat yang besar untuk menjalankan usaha secara mandiri. Beberapa ciri khas individu yang memiliki motivasi berwirausaha antara lain kemandirian, fokus pada masa depan, keinginan kuat untuk berbisnis secara mandiri, serta kemampuan untuk merencanakan dan melaksanakan strategi yang efektif demi mencapai kesuksesan dalam usaha.

Selain itu, Wanto (2014) menjelaskan bahwa motivasi berwirausaha merupakan dorongan internal yang mendorong individu untuk mengambil langkah-langkah menuju kewirausahaan. Motivasi

ini berfungsi sebagai sumber energi dan panduan yang membantu individu mewujudkan keinginan mereka dalam dunia bisnis.

Buchori (2017) mengemukakan bahwa dalam teori Hygiene, motivasi berwirausaha terdiri dari lima indikator utama: pertama, prestasi, yang mencakup pencapaian melalui kemampuan intelektual, emosional, dan spiritual; kedua, penghargaan pekerjaan, yang mendorong individu untuk meningkatkan kualitas kerjanya; ketiga, tantangan pekerjaan, yang memotivasi pengembangan keterampilan; keempat, penambahan tanggung jawab, yang muncul sebagai hasil dari keberhasilan dan keterampilan yang dimiliki; dan kelima, peluang untuk maju, yang timbul melalui pengalaman dalam menghadapi tantangan.

H1 : Motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha

Kreativitas

Kreativitas dapat dipahami sebagai kemampuan seseorang untuk menghasilkan ide-ide baru yang berfungsi sebagai solusi dalam menghadapi tantangan atau masalah. Selain membantu menyelesaikan permasalahan, kreativitas juga mendorong individu untuk mencapai

tujuan tertentu. Dalam dunia kewirausahaan, kreativitas memungkinkan individu untuk memanfaatkan imajinasi mereka dalam mengembangkan konsep-konsep bisnis yang inovatif. Dengan tingkat kreativitas yang tinggi, minat seseorang untuk berwirausaha dapat meningkat secara signifikan (Mahanani & Sari, 2018).

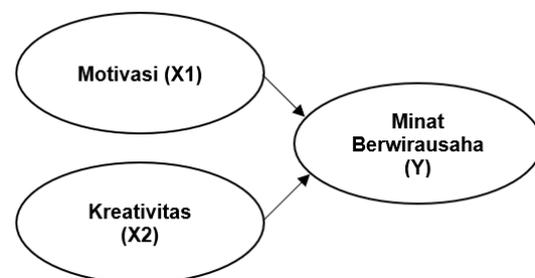
Menurut Antonius Tanan dalam Suryana (2013), kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan ide-ide baru serta melihat masalah dan peluang dari perspektif yang berbeda. Seorang wirausahawan diharapkan untuk "berpikir berbeda" atau mencari cara-cara baru dalam menghadapi tantangan guna menghasilkan solusi yang unik dan inovatif. Kreativitas menjadi dasar penting dalam membentuk pola pikir dan strategi yang diperlukan dalam dunia kewirausahaan.

Menurut Susanto (2016), kreativitas terdiri dari beberapa dimensi utama. Keterampilan berpikir mencakup kemampuan untuk menghasilkan ide-ide berbeda, rasa ingin tahu, dan kemandirian. Kemampuan berimajinasi melibatkan daya imajinasi yang kuat dan rasa humor. Kemampuan menghargai tercermin dari apresiasi terhadap keindahan. Kemampuan

mengembangkan hal baru mencakup inovasi dan minat untuk mencoba hal-hal baru. Terakhir, kemampuan untuk mengajukan pertanyaan mencakup keberanian untuk bertanya dan menyampaikan pendapat secara spontan. Kreativitas bukan hanya tentang ide baru, tetapi juga melibatkan keberanian untuk mencoba, berpikir kritis, dan komitmen terhadap inovasi.

H2 : Kreativitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha

Untuk menggambarkan hubungan antara variabel-variabel tersebut secara lebih jelas, berikut adalah kerangka pemikiran yang menunjukkan keterkaitan antara motivasi dan kreativitas dengan minat berwirausaha pada Gen Z di Kota Makassar.



Gambar 1. Kerangka Pikir

Sumber : Dikembangkan oleh peneliti (2025)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang sedang diteliti secara terstruktur berdasarkan data kuantitatif (Arikunto, 2017). Lokasi penelitian ini berada di Kota Makassar, dengan populasi yang terdiri dari generasi Z di kota tersebut. Sampel yang digunakan dalam studi ini berjumlah 100 orang, yang dipilih melalui teknik non-probability sampling, khususnya convenience sampling (Sugiyono, 2018).

Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang memiliki skala penilaian 1 hingga 5, di mana angka 1 menunjukkan "sangat tidak setuju" dan angka 5 menunjukkan "sangat setuju" (Sugiyono, 2018). Proses analisis data mencakup uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan ketepatan dan konsistensi alat ukur yang digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2018). Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan secara individu, serta uji koefisien determinasi untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Nihayah, 2019).

Tabel 1. Item Kuesioner Penelitian

Indikator	Motivasi (X1)	
	Pernyataan	Referensi
Prestasi	1. Saya semangat dalam belajar. 2. Saya terbuka terhadap saran dan kritik dari orang lain.	Buchori, A. (2013) Kewirausahaan.C

Penghargaan Kerja	1. Saya rutin memberikan penghargaan kepada diri sendiri setelah menyelesaikan tugas. 2. Penghargaan yang saya terima meningkatkan motivasi saya.	kan ke 21. Penerbit Alfabeta: Bandung
Tantangan Pekerjaan	1. Saya merasa lebih termotivasi ketika memiliki target yang harus dicapai. 2. Menghadapi tantangan membantu meningkatkan keterampilan saya.	
Bertambah Tanggung Jawab	1. Saya bertanggung jawab sepenuhnya dalam menyelesaikan setiap tugas. 2. Saat merasa jenuh, saya tetap mengingat kewajiban yang harus saya jalankan.	
Bertambah Lebih Maju	1. Pengalaman mengajarkan saya untuk terus berkembang dan menjadi lebih baik di masa depan. 2. Saya termotivasi untuk selalu mencapai yang terbaik.	
Kreativitas (X2)		
Indikator	Pernyataan	Referensi
Keterampilan Berpikir	1. Saya memiliki keberanian untuk menyampaikan pendapat. 2. Saya selalu berusaha mengikuti perkembangan informasi terbaru.	Susanto, A. (2016). Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar. Cetakan Ke-IV. Penerbit Kencana: Jakarta.
Kemampuan Berimajinasi	1. Saya sering mempertimbangkan kemungkinan yang belum pasti terjadi. 2. Saya mahir menciptakan suasana yang menyenangkan.	
Kemampuan Menghargai	1. Menghormati orang yang lebih tua adalah hal yang sangat penting. 2. Saya memiliki kemampuan beradaptasi dalam berbagai situasi.	
Kemampuan Mengembangkan Hal Baru	1. Saya dapat memberikan saran dalam menyelesaikan masalah. 2. Saya terbuka dan antusias terhadap perubahan.	
Kemampuan Mengajukan Pertanyaan	1. Saya selalu berpartisipasi secara aktif dalam diskusi. 2. Saya antusias saat mengungkapkan pendapat.	
Minat Berwirausaha (Y)		
Indikator	Pernyataan	Referensi
Kesadaran	1. Saya bisa menentukan pekerjaan yang harus diprioritaskan untuk diselesaikan terlebih dahulu. 2. Saya mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan yang baru.	Winarsih, P. (2014). Minat Berwirausaha Di Tinjau Dari Motivasi dan Sikap Kewirausahaan Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu
kemauan	1. Hasrat untuk mempelajari kewirausahaan sangatlah penting. 2. Berwirausaha mendorong saya untuk menjadi lebih mandiri.	
Perasaan Tertarik	1. Saya memiliki keinginan untuk berwirausaha dengan penuh kebebasan tanpa adanya paksaan. 2. Saya merasa empati terhadap dunia kewirausahaan.	Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2011/2012.
Perasaan Senang	1. Mood saya dapat memengaruhi tindakan dan keputusan yang saya ambil. 2. Saya tertarik untuk berwirausaha dengan motivasi pribadi, tanpa adanya paksaan.	

Sumber : Dikembangkan oleh peneliti (2025)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana data yang diperoleh mencerminkan kondisi nyata objek penelitian. Jika data yang disajikan oleh peneliti tidak menggambarkan situasi yang sebenarnya, maka data tersebut dianggap tidak valid (Sugiyono, 2018).

Instrumen dinyatakan valid apabila nilai indeks validitasnya kurang dari 0,05. Hasil dari uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Table 2. Hasil Uji Validitas Item Kuesioner Penelitian

Variabel	Indikator	Nilai Signifikansi	Taraf Signifikansi	Keterangan
Motivasi (X1)	X1 - 1	0,001	0,05	Valid
	X1 - 2	0,001	0,05	Valid
	X1 - 3	0,001	0,05	Valid
	X1 - 4	0,001	0,05	Valid
	X1 - 5	0,001	0,05	Valid
	X1 - 6	0,001	0,05	Valid
	X1 - 7	0,001	0,05	Valid
	X1 - 8	0,001	0,05	Valid
	X1 - 9	0,001	0,05	Valid
	X1 - 10	0,034	0,05	Valid
Kreativitas (X2)	X2 - 1	0,001	0,05	Valid
	X2 - 2	0,001	0,05	Valid
	X2 - 3	0,001	0,05	Valid
	X2 - 4	0,001	0,05	Valid
	X2 - 5	0,001	0,05	Valid
	X2 - 6	0,001	0,05	Valid
	X2 - 7	0,001	0,05	Valid
	X2 - 8	0,001	0,05	Valid
	X2 - 9	0,001	0,05	Valid
	X2 - 10	0,001	0,05	Valid
Minat Berwirausaha (Y)	Y - 1	0,001	0,05	Valid
	Y - 2	0,001	0,05	Valid
	Y - 3	0,001	0,05	Valid
	Y - 4	0,001	0,05	Valid
	Y - 5	0,001	0,05	Valid
	Y - 6	0,001	0,05	Valid
	Y - 7	0,001	0,05	Valid
	Y - 8	0,001	0,05	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS (2025)

Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan berkali-kali. Instrumen dianggap memiliki reliabilitas yang tinggi jika data yang diperoleh tetap stabil pada setiap pengukuran, yang menunjukkan bahwa instrumen tersebut dapat dipercaya. Dalam penelitian, reliabilitas sering diukur menggunakan koefisien seperti Cronbach's Alpha. Instrumen dianggap reliabel jika nilai koefisien tersebut mencapai atau lebih

dari 0,60. Hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

Variabel	Nilai Signifikansi	Taraf Signifikansi	Keterangan
Motivasi (X1)	0,768	0,60	Reliabel
Kreativitas (X2)	0,887	0,60	Reliabel
Minat Berwirausaha (Y)	0,847	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS (2025)

Uji Regresi Linear Berganda dan Hipotesis Penelitian

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Hipotesis Penelitian

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,419	2,721		3,461	,001
	Motivasi	,388	,073	,446	5,290	,000
	Kreativitas	,237	,056	,359	4,257	,000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS (2025)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa :

$$Y = 9,419 + 0,388X1 + 0,237X2$$

Konstanta sebesar 9,419 menunjukkan bahwa meskipun motivasi dan kreativitas memiliki nilai nol, minat berwirausaha tetap berada pada angka 9,419, yang menunjukkan adanya faktor lain yang memengaruhi minat berwirausaha. Koefisien regresi sebesar

0,388 pada variabel Motivasi (X_1) mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu satuan dalam motivasi akan meningkatkan minat berwirausaha sebesar 0,388, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan. Sedangkan koefisien regresi sebesar 0,237 pada variabel Kreativitas (X_2) menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kreativitas akan meningkatkan minat berwirausaha sebesar 0,237.

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel Motivasi (X_1) adalah 0,000, yang lebih rendah dari tingkat signifikansi 0,05. Ini mengindikasikan bahwa Motivasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha, artinya semakin tinggi tingkat motivasi seseorang, semakin besar pula minat mereka untuk berwirausaha.

Begitu pula, nilai signifikansi untuk variabel Kreativitas (X_2) sebesar 0,000, yang lebih rendah dari 0,05, mengindikasikan bahwa Kreativitas memiliki dampak signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Hal ini berarti, semakin kreatif seseorang dalam menghasilkan ide dan solusi bisnis, semakin besar minatnya untuk memulai usaha.

Karena kedua variabel independen menunjukkan nilai signifikansi di bawah 0,05, dapat disimpulkan bahwa baik Motivasi maupun Kreativitas secara signifikan memengaruhi peningkatan Minat Berwirausaha. Dengan kata lain, perpaduan antara dorongan internal untuk mencapai kesuksesan dan kemampuan berkreasi dalam menciptakan peluang usaha dapat memperkuat niat seseorang untuk memulai usaha.

Pembahasan

Motivasi berwirausaha adalah kekuatan pendorong yang mendorong individu untuk terlibat dalam usaha mandiri. Menurut Riyanti dalam Sampurna (2015), motivasi ini muncul ketika individu menyadari hubungan antara aktivitas kewirausahaan dengan dirinya. Dalam studi ini, motivasi berwirausaha diukur menggunakan teori Hygiene (Buchori, 2017), yang mencakup lima indikator utama: pencapaian (dorongan untuk meraih sukses dalam aspek intelektual, emosional, dan spiritual), penghargaan pekerjaan (motivasi yang berasal dari pengakuan terhadap hasil kerja), tantangan pekerjaan (dorongan untuk mengembangkan keterampilan), peningkatan tanggung jawab (peningkatan peran dalam usaha), serta peluang untuk maju (motivasi untuk

berkembang melalui pengalaman dan tantangan yang dihadapi).

Hasil dari analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel Motivasi (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Ini menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat motivasi seseorang, semakin besar pula keinginan mereka untuk terlibat dalam dunia usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan berbagai teori dan penelitian sebelumnya. McClelland (1961) dalam teori Need for Achievement (N-Ach) mengungkapkan bahwa individu yang memiliki motivasi tinggi cenderung didorong untuk meraih prestasi dan berani mengambil risiko dalam mengelola usaha. Mereka lebih tekun dalam mencapai tujuan, memiliki rasa tanggung jawab yang besar, dan berfokus pada pencapaian hasil yang optimal (McClelland, 1961). Selain itu, penelitian oleh Hisrich, Peters, dan Shepherd (2017) menegaskan bahwa motivasi merupakan faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan seorang wirausahawan. Motivasi memberikan dorongan kepada individu untuk mengatasi hambatan,

mengambil inisiatif, dan bertindak secara proaktif dalam menciptakan serta mengembangkan usaha (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Robinson et al. (1991) juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara motivasi berwirausaha dengan niat seseorang untuk memulai usaha. Dalam studi mereka, ditemukan bahwa individu dengan tingkat motivasi yang tinggi lebih cenderung mengambil tindakan nyata dalam memulai bisnis dibandingkan dengan mereka yang memiliki motivasi lebih rendah (Robinson et al., 1991).

Kreativitas dalam dunia kewirausahaan merujuk pada kemampuan seseorang untuk menghasilkan ide-ide baru dan melihat suatu masalah atau peluang dari perspektif yang berbeda (Tanan dalam Suryana, 2013). Kreativitas menjadi aspek penting bagi para wirausahawan dalam merancang solusi inovatif dan strategi bisnis yang berbeda dari yang lain. Susanto (2016) mengemukakan bahwa kreativitas terdiri dari lima dimensi utama: keterampilan berpikir (kemampuan menghasilkan ide baru dan memiliki kemandirian), kemampuan berimajinasi (kekuatan imajinasi dan humor), kemampuan menghargai (apresiasi

terhadap estetika), kemampuan mengembangkan hal baru (inovasi dan ketertarikan untuk mencoba hal-hal baru), serta kemampuan bertanya (keberanian untuk bertanya dan menyampaikan ide secara spontan).

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel Kreativitas (X_2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih rendah dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa kreativitas memiliki dampak yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Artinya, semakin besar kreativitas seseorang dalam menghasilkan ide dan solusi bisnis, semakin tinggi minatnya untuk terjun dalam dunia kewirausahaan.

Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menyoroti peran penting kreativitas dalam kewirausahaan. Amabile (2018) menyatakan bahwa kreativitas merupakan elemen kunci dalam menciptakan inovasi bisnis yang berkelanjutan. Seorang wirausahawan yang memiliki kreativitas tinggi dapat menciptakan solusi baru dan menambah nilai bagi pasar. Penelitian oleh Baron dan Tang (2011) juga menunjukkan bahwa individu dengan tingkat kreativitas yang tinggi lebih mampu beradaptasi dan menunjukkan ketangguhan dalam

menghadapi tantangan bisnis, yang pada gilirannya meningkatkan minat dan peluang keberhasilan dalam berwirausaha. Selain itu, penelitian oleh Fillis dan Rentschler (2010) menekankan bahwa kreativitas bukan hanya tentang menciptakan produk baru, tetapi juga mencakup strategi pemasaran, pengambilan keputusan, dan pengelolaan bisnis secara menyeluruh. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat kreativitas seseorang, semakin besar potensi untuk mengembangkan bisnis yang inovatif dan berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari penjelasan yang telah disampaikan, dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. **Motivasi berperan penting dalam meningkatkan minat berwirausaha.** Semakin besar motivasi yang dimiliki seseorang, semakin tinggi pula keinginan mereka untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan. Motivasi menjadi faktor utama yang mendorong individu untuk memulai usaha secara mandiri.
2. **Kreativitas turut memberikan dampak positif terhadap minat berwirausaha.** Individu dengan

tingkat kreativitas yang tinggi lebih cenderung untuk berani menghasilkan ide-ide baru serta solusi inovatif dalam mengembangkan usaha. Kreativitas menjadi dasar utama dalam menciptakan peluang baru serta mengatasi berbagai tantangan dalam dunia kewirausahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amabile, T. M. (2018). *Creativity in Context: Update to the Social Psychology of Creativity*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429501234>
- Arikunto, S. (2017). Pengembangan instrumen penelitian dan penilaian program. Pustaka Pelajar.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Tingkat Pengangguran Terbuka Indonesia*. Diakses dari <https://www.bps.go.id/indicator/6/>
- Baron, R. A., & Tang, J. (2011). The role of entrepreneurs' creativity in opportunity recognition and business success: Evidence from China. *Journal of Business Venturing*, 26(1), 49-60.
- Buchori, A. (2013). *Kewirausahaan*. Cetakan ke 21. Penerbit Alfabeta: Bandung
- Fillis, I., & Rentschler, R. (2010). The role of creativity in entrepreneurship. *Journal of Enterprising Culture*, 18(1), 49-81.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23 (Edisi ke-8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haq, A. F. (2019). Pengaruh Motivasi dan Kreativitas Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan P.IPS Angkatan 2015/2016 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Diakses dari <http://etheses.uin-malang.ac.id/14385/>
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship*. McGraw-Hill Education.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education. <https://doi.org/10.1080/08985626.2020.1734267>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson. <https://doi.org/10.1080/08911762.2019.1578727>

- Kuratko, D. F. (2020). *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice* (11th ed.). Cengage Learning. <https://doi.org/10.1080/10429247.2020.1746224>
- Lubis, C. R. B. (2021). Pengaruh Motivasi dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2017 Universitas Medan Area. *Skripsi*. Universitas Medan Area. <http://repositori.uma>
- Mahanani, E., & Sari, B. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi universitas persada indonesia y.a.i. *Ikraith-humaniora*, 2(2). http://d3akuntansi.fe.unp.ac.id/sites/default/files/1_Silabus_Pengantar_Akuntansi_2_D3_Akuntansi_Semester_2_FE_UNP.pdf
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton: Van Nostrand.
- Nihayah, A. Z. (2019). Pengolahan data penelitian: Menggunakan software SPSS 23.0. UIN Walisongo Semarang.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 13-31.
- Sampurna, A. A. (2015) Minat Berwirausaha Ditinjau Dari Motivasi Berwirausahadan Prestasi BelajarMata Pelajaran Kewirausahaan Pada Siswa Kelas XI Program Keahlian Karawitandan Seni Tari SMK Negeri 8 Surakarta Tahun Ajaran 2014/2015.
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Suryana, Y. (2013). Kewirausahaan : Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses. Kencana.
- Susanto, A.(2016). Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar. Cetakan Ke-IV. Penerbit Kencana: Jakarta.
- Wanto, F. S. 2014. Hubungan Kemandirian dan Motivasi Berwirausaha dengan Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI SMKN 1 SEYEGAN. *Skripsi*. UNY: Yogyakarta.
- Winarsih, P. (2014). Minat Berwirausaha Di Tinjau Dari Motivasi dan Sikap Kewirausahaan Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu

Pendidikan Universitas
Muhammadiyah Surakarta Angkatan
2011/2012.