

Pengaruh Pola Pikir, Kreativitas, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)

Abdurrahman Sholeh^{*}

Noor Shodiq Askandar^{}**

Restu Millaningtyas^{*}**

Email : aamsrahman27@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This research endeavors to comprehensively explore how variations in mindset, the expression of creativity, and the presence of entrepreneurial motivation collectively and individually relate to the inclination toward entrepreneurial engagement among students of the Islamic University of Malang. The focal population of the investigation consists exclusively of individuals who have previously undertaken formal coursework in Entrepreneurship. From this group, a total of 75 participants were systematically selected through the application of the Maholtra sampling formula to ensure methodological precision. Within the constructed research framework, entrepreneurial interest is designated as the dependent construct, whereas mindset, creativity, and entrepreneurial motivation are positioned as the independent constructs under scrutiny. Through analytical procedures, the findings affirm that each independent variable—mindset, creativity, and entrepreneurial motivation—exerts a distinct and partial influence upon the degree of entrepreneurial interest demonstrated by the students involved.

Keywords: *Entrepreneurial Interest, Mindset, Creativity, And Entrepreneurial Motivation*

Pendahuluan

Kewirausahaan memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi karena mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan produktivitas, dan memperkuat daya saing suatu negara. Di Indonesia, kewirausahaan sering dianggap sebagai salah satu solusi untuk menekan angka pengangguran, terutama yang berasal dari lulusan perguruan tinggi. Badan Pusat Statistik (2023) mencatat tingkat pengangguran terbuka masih berada pada angka 5,45%, dengan sebagian besar di antaranya adalah usia produktif termasuk lulusan baru. Kondisi tersebut memperlihatkan perlunya strategi yang tepat untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan di kalangan mahasiswa agar mampu menciptakan lapangan kerja secara mandiri.

Ketidakseimbangan antara jumlah lulusan perguruan tinggi dengan daya serap lapangan kerja formal menjadi salah satu penyebab utama tingginya pengangguran terdidik. Berdasarkan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, (2024) pada tahun 2022 terdapat lebih dari 1,4 juta lulusan perguruan tinggi yang masuk ke pasar tenaga kerja, sedangkan ketersediaan lapangan kerja formal hanya mampu menampung sekitar 800.000 orang setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan perlunya upaya alternatif dalam mengatasi persoalan ketenagakerjaan, salah satunya melalui pengembangan kewirausahaan yang dapat memberikan peluang usaha baru dan mengurangi ketergantungan pada sektor formal.

Minat berwirausaha merupakan salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi keinginan mahasiswa untuk memulai usaha secara mandiri. Minat ini mencerminkan ketertarikan dan dorongan internal seseorang dalam menjalankan kegiatan kewirausahaan. Namun, kenyataannya minat berwirausaha di Indonesia masih tergolong rendah. Salah satu penyebabnya adalah kurang relevannya pendidikan kewirausahaan yang diterima dengan kebutuhan nyata di masyarakat Bastaman, (2021). Selain itu, adanya stigma yang menganggap pekerjaan formal lebih prestisius daripada menjadi

wirausahawan juga memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap pilihan karier Deny, (2017). Untuk mengatasi hal tersebut, pemerintah telah meluncurkan berbagai program pendukung seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan Kartu Prakerja yang diharapkan dapat memberikan motivasi dan akses lebih mudah bagi calon wirausaha Yun, (2021).

Pola pikir merupakan salah satu faktor yang diyakini berpengaruh terhadap perilaku kewirausahaan seseorang. Hansemark, (2003) menjelaskan bahwa pola pikir terbagi menjadi dua kategori, yaitu *fixed mindset* dan *growth mindset*. Individu yang memiliki *growth mindset* cenderung memandang kegagalan sebagai kesempatan untuk belajar dan berkembang, sedangkan mereka dengan *fixed mindset* lebih mudah menyerah ketika menghadapi tantangan. Dalam konteks kewirausahaan, pola pikir yang adaptif dan berorientasi pada pertumbuhan mendorong mahasiswa untuk berani mengambil risiko, mencoba hal-hal baru, serta tidak mudah menyerah saat menghadapi hambatan.

Selain pola pikir, kreativitas juga memiliki peranan penting dalam mendorong keberhasilan kewirausahaan. Kreativitas memungkinkan individu melahirkan ide-ide baru dan inovatif yang relevan dengan kebutuhan pasar, serta mewujudkannya menjadi produk atau layanan yang memiliki nilai tambah. Robinson, (2011:67), menyatakan bahwa kreativitas tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menciptakan ide, tetapi juga bagaimana merealisasikan ide tersebut agar memiliki manfaat nyata. Mahasiswa dengan tingkat kreativitas tinggi berpeluang lebih besar untuk menciptakan usaha yang unik dan berdaya saing.

Motivasi berwirausaha merupakan dorongan internal yang memacu seseorang untuk mencapai tujuan tertentu, khususnya dalam memulai dan mengembangkan usaha. Menurut Larso, (2015:78), kewirausahaan melibatkan kemampuan dalam melihat peluang, mengambil inisiatif, serta mengelola sumber daya agar tercipta usaha yang berkelanjutan. Mahasiswa dengan motivasi berwirausaha yang kuat cenderung memiliki keberanian lebih dalam menghadapi risiko, ketekunan untuk mencapai keberhasilan, serta komitmen yang tinggi dalam mengelola usahanya. Oleh sebab itu, peningkatan motivasi berwirausaha menjadi faktor penting dalam mencetak calon wirausaha baru dari kalangan mahasiswa.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Grand Theory

Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior/TPB*) diposisikan sebagai salah satu pendekatan konseptual dalam ranah psikologi sosial yang menitikberatkan pemahaman bahwa kemunculan niat seseorang untuk melaksanakan suatu tindakan merupakan hasil dari pertautan beberapa dimensi determinan yang beroperasi secara simultan. Dimensi pertama terkait dengan konstruksi penilaian pribadi terhadap perilaku yang menjadi fokus, yang memunculkan orientasi evaluatif positif maupun negatif. Dimensi berikutnya adalah persepsi mengenai tekanan sosial atau norma subjektif, yaitu suatu bentuk keyakinan mengenai ekspektasi pihak-pihak yang dianggap signifikan. Dimensi ketiga adalah persepsi individu mengenai kapasitas pengendalian yang melekat pada dirinya, baik dalam memfasilitasi maupun membatasi kemungkinan eksekusi perilaku tersebut. Ketiga dimensi ini, ketika disintesiskan, mengakumulasi kecenderungan untuk membentuk niat yang dalam kerangka TPB dipandang sebagai proyektor paling determinan dari realisasi perilaku aktual. Pendekatan TPB telah digunakan secara luas di beragam medan kajian—mulai dari isu kesehatan dan pelestarian lingkungan hingga pengelolaan bisnis—disebabkan oleh kapasitasnya dalam mengisolasi variabel-variabel yang bersifat dapat dimodifikasi sehingga dapat diarahkan menuju perubahan perilaku yang dikehendaki (Ajzen, 2005:117).

Minat Berwirausaha

Menurut Alma, (2013:45), minat berwirausaha dapat dipahami sebagai suatu kecenderungan internal individu untuk berpartisipasi dalam aktivitas kewirausahaan yang ditandai oleh kapasitas dalam mengidentifikasi peluang, keberanian untuk memulai tindakan tanpa menunggu instruksi eksternal, serta kecakapan dalam mengelola sumber daya secara terarah dan produktif. Sementara itu,

Suryana, (2003:38) merumuskan bahwa minat berwirausaha memiliki sejumlah indikator yang dapat digunakan sebagai parameter pengukuran, yang mencakup beberapa aspek tertentu seperti berikut ini:

1. Motivasi Berprestasi Tinggi
2. Kemandirian
3. Kreativitas
4. Pengambilan Risiko
5. Kepemimpinan

Pola Pikir

Dweck (2006:6) mengemukakan bahwa pola pikir manusia pada dasarnya dapat dipilah ke dalam dua kategori fundamental, yakni *fixed mindset* dan *growth mindset*. Pada pola pikir tetap (*fixed mindset*), individu cenderung meyakini bahwa potensi dan kapasitas diri bersifat statis, sehingga perubahan atau peningkatan dianggap hampir mustahil dicapai. Sebaliknya, pola pikir bertumbuh (*growth mindset*) diwarnai oleh keyakinan bahwa kompetensi dapat terus berkembang seiring dengan keterbukaan terhadap pembelajaran, keberanian menghadapi tantangan, serta ketekunan dalam berproses. Untuk melakukan pengukuran pola pikir, Taufik (2015:67–69) menawarkan sejumlah indikator yang dapat dijadikan pedoman, yaitu seperti di sebutkan berikut:

1. *Visioner*
2. Adaptif
3. Kolaboratif
4. Oportunistik
5. Efisien

Kreativitas

Suryana, (2003:110) memandang kreativitas sebagai suatu proses berpikir yang menghasilkan kebaruan, di mana individu mampu melahirkan ide-ide yang belum pernah muncul sebelumnya serta menemukan pendekatan yang berbeda dalam menyelesaikan permasalahan sekaligus memanfaatkan peluang yang tersedia. Dalam perspektif ini, kreativitas tidak sekadar menghasilkan sesuatu yang baru semata, tetapi juga menekankan relevansi serta kemanfaatannya melalui penggabungan beragam ide menjadi solusi yang bernilai. Sejalan dengan konsep tersebut, Semiawan, (2008:89)Semiawan (2008:89) menjabarkan bahwa pengukuran tingkat kreativitas dapat dilakukan dengan menggunakan sejumlah indikator tertentu yang menggambarkan kemampuan berpikir kreatif secara menyeluruh. Rincian indikator tersebut sebagaimana yang akan di sebutkan dibawah ini:

1. Rasa Ingin Tahu Tinggi
2. Imajinasi Kuat
3. Toleransi Ambiguitas
4. Percaya Diri
5. Semangat Eksplorasi

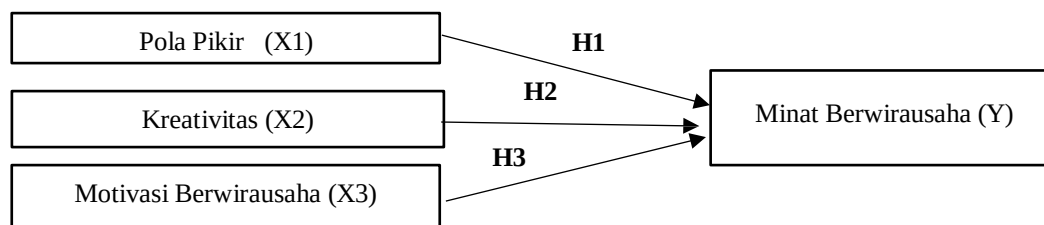
Motivasi Berwirausaha

Hurriyati, (2014:56) mendefinisikan motivasi kewirausahaan sebagai dorongan internal yang menstimulasi individu untuk merancang, mendirikan, serta mengelola sebuah usaha baru dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara optimal, sekaligus mengupayakan pengembangannya agar berkelanjutan. Sejalan dengan pemahaman tersebut, Sudomo, (2009:63) mengemukakan bahwa pengukuran tingkat motivasi berwirausaha dapat dilakukan melalui sejumlah indikator tertentu yang mencerminkan aspek dorongan psikologis dan perilaku wirausaha seseorang. Indikator-indikator tersebut dapat diuraikan dibawah ini:

1. Passion
2. Relisiensi (tahan banting)
3. Visi Ke Depan

4. Kepuasan Pelanggan
5. Pembelajaran Terus-Menerus

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

- H1 : Pola pikir berpengaruh terhadap minat berwirausaha.
H2 : Kreativitas berpengaruh terhadap minat berwirausaha.
H3 : Motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Metode Penelitian

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Berdasarkan pemaparan Sugiyono, (2022:111), penelitian eksplanatori dimaksudkan untuk menelaah keterkaitan sebab-akibat antara variabel bebas dan variabel terikat melalui proses pengujian di bawah kondisi yang terkontrol secara sistematis. Kegiatan penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Malang dengan rentang waktu pelaksanaan Maret hingga April 2025.

Populasi dan Sampel

Cakupan populasi dalam penelitian ini berfokus pada kelompok mahasiswa Universitas Islam Malang yang secara administratif tercatat aktif pada rentang tahun akademik 2021 hingga 2023, serta memiliki karakteristik khusus berupa penyelesaian mata kuliah Kewirausahaan sebagai prasyarat partisipasi. Pemilihan sampel tidak ditempuh melalui mekanisme acak yang bersifat menyeluruh, melainkan menggunakan pendekatan non-probability sampling yang mengedepankan pertimbangan subjektif peneliti. Teknik purposive sampling dipilih karena memungkinkan pengambilan responden dengan kriteria yang telah dirumuskan secara spesifik sesuai kebutuhan penelitian. Selanjutnya, penetapan jumlah partisipan tidak dilakukan secara sembarangan, melainkan berlandaskan hasil perhitungan yang menggunakan formulasi Maholtra sebagai pedoman, sehingga diperoleh representasi berupa 75 individu yang dinilai relevan untuk memberikan data sesuai fokus penelitian.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pola Pikir (X1)	X1.1	0,6989	0,1914	Valid
	X1.2	0,6156	0,1914	Valid
	X1.3	0,7698	0,1914	Valid
	X1.4	0,6829	0,1914	Valid
	X1.5	0,6852	0,1914	Valid
Kreativitas (X2)	X2.1	0,8128	0,1914	Valid
	X2.2	0,8136	0,1914	Valid
	X2.3	0,8007	0,1914	Valid
Motivasi Berwirausaha (X3)	X3.1	0,8083	0,1914	Valid
	X3.2	0,7683	0,1914	Valid
	X3.3	0,7321	0,1914	Valid
	X3.4	0,6574	0,1914	Valid
Minat Berwirausaha (Y)	Y1	0,7998	0,1914	Valid
	Y2	0,7702	0,1914	Valid
	Y3	0,8286	0,1914	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dirangkum dalam tabel, terlihat bahwa setiap variabel penelitian—yakni pola pikir, kreativitas, motivasi berwirausaha, dan minat berwirausaha—menunjukkan nilai *r hitung* yang melampaui ambang batas minimum yang ditetapkan dalam *r tabel*, yaitu sebesar 0,1914. Kondisi ini memberikan bukti kuat bahwa seluruh butir pernyataan yang disusun dalam instrumen pengukuran telah memenuhi persyaratan kelayakan dan dapat dianggap valid. Dengan terpenuhinya standar tersebut, maka data yang berhasil dikumpulkan dari responden memiliki tingkat konsistensi dan keandalan yang memadai sehingga layak untuk ditindaklanjuti ke tahap analisis berikutnya tanpa perlu keraguan yang berarti terhadap kualitasnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kriteria	Keterangan
Pola Pikir (X1)	0,723	0,6	Reliabel
Kreativitas (X2)	0,733	0,6	Reliabel
Motivasi Berwirausaha (X3)	0,730	0,6	Reliabel
Minat Berwirausaha (Y)	0,718	0,6	Reliabel

Sumber: **Data primer diolah, 2025**

Merujuk pada hasil perhitungan yang disajikan dalam tabel, seluruh variabel yang menjadi fokus kajian meliputi pola pikir, kreativitas, motivasi berwirausaha, serta minat berwirausaha menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang melebihi ambang batas minimum sebesar 0,6. Kondisi ini memberikan sinyal kuat bahwa perangkat instrumen yang diterapkan dalam penelitian memiliki tingkat keterpaduan dan konsistensi internal yang dapat diandalkan. Dengan demikian, instrumen tersebut dapat dinyatakan memiliki reliabilitas yang memadai dan dinilai pantas untuk digunakan pada tahap analisis berikutnya tanpa menimbulkan keraguan terkait keabsahan data yang dihasilkan.

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.27822186
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.060
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: **Data primer diolah, 2025**

Uji normalitas yang dilaksanakan dengan memanfaatkan metode Kolmogorov–Smirnov memperlihatkan bahwa nilai *Asymp. Sig* yang diperoleh mencapai 0,200, angka yang berada di atas batas signifikansi konvensional sebesar 0,05. Hasil ini mengisyaratkan bahwa sebaran data yang terkumpul dari seluruh indikator, baik yang termasuk dalam kategori variabel independen maupun variabel dependen, memiliki pola distribusi yang selaras dengan asumsi kenormalan. Dengan demikian, keseluruhan data yang dianalisis dapat dianggap memenuhi persyaratan statistik dasar yang diperlukan sehingga layak untuk dilibatkan pada tahapan analisis lanjutan tanpa memunculkan kekhawatiran mengenai penyimpangan distribusi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pola Pikir (X1)	0,897	1,115	Bebas Multikolinearitas
Kreativitas (X2)	0,933	1,071	Bebas Multikolinearitas
Motivasi Berwirausaha (X3)	0,871	1,148	Bebas Multikolinearitas

Sumber: **Data primer diolah, 2025**

Berdasarkan hasil perhitungan yang tersaji pada tabel, diketahui bahwa setiap variabel

penelitian—meliputi pola pikir, kreativitas, motivasi berwirausaha, dan minat berwirausaha—menunjukkan nilai *tolerance* yang berada di atas ambang minimal 0,10 serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang tetap berada di bawah batas kritis 10. Kombinasi dari kedua indikator statistik tersebut memberikan bukti kuat bahwa antarvariabel independen yang terlibat dalam model analisis tidak memperlihatkan adanya gejala multikolinearitas yang dapat mengganggu keandalan interpretasi hasil. Dengan kata lain, model penelitian ini dapat dipandang bebas dari masalah keterkaitan linear yang berlebihan di antara variabel bebasnya, sehingga hasil analisis dapat dianggap lebih stabil dan dapat dipercaya.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	A	Keterangan
Pola Pikir (X1)	0,193	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kreativitas (X2)	0,101	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Motivasi Berwirausaha (X3)	0,127	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan hasil pemrosesan data yang ditampilkan dalam tabel, diperoleh informasi bahwa tingkat signifikansi pada ketiga variabel, yaitu Pola Pikir (X1), Kreativitas (X2), serta Motivasi Berwirausaha (X3), seluruhnya berada di atas nilai ambang 0,05. Temuan tersebut memberikan indikasi kuat bahwa model regresi yang diaplikasikan tidak menunjukkan adanya gangguan berupa heteroskedastisitas pada variabel-variabel yang dianalisis. Dengan terpenuhinya kondisi ini, maka dapat disimpulkan bahwa salah satu prasyarat utama dalam uji asumsi klasik telah terakomodasi dengan baik, sehingga data penelitian dinilai layak serta valid untuk digunakan pada tahap pengujian lanjutan tanpa kekhawatiran akan distorsi varians yang tidak merata.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.707	1.768		.966
	Pola Pikir	.155	.065	.241	2.386
	Kreativitas	.274	.094	.287	2.906
	Motivasi Berwirausaha	.241	.078	.315	3.074

Sumber: Data primer diolah, 2025

$$Y = 1,707 + 0,155X_1 + 0,274X_2 + 0,241X_3 + e$$

Hasil pengolahan data melalui analisis regresi linear berganda memunculkan beberapa temuan penting yang dapat dipaparkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta yang diperoleh adalah sebesar 1,707 dan bernilai positif, memberikan gambaran bahwa terdapat kecenderungan hubungan yang searah di antara keseluruhan variabel bebas dengan variabel terikat yang diteliti.
- Variabel Pola Pikir (X1) menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,155 dengan arah positif. Hal ini dapat ditafsirkan bahwa setiap peningkatan dalam aspek pola pikir responden akan memberikan kontribusi pada kenaikan tingkat minat mereka dalam berwirausaha (Y).
- Pada variabel Kreativitas (X2), koefisien regresi yang ditemukan adalah sebesar 0,274 dan juga berarah positif. Temuan ini mengisyaratkan bahwa semakin tinggi tingkat kreativitas yang dimiliki, semakin besar pula kecenderungan untuk memiliki minat yang kuat dalam menjalankan aktivitas kewirausahaan.
- Sementara itu, variabel Motivasi Berwirausaha (X3) memperlihatkan koefisien regresi positif sebesar 0,241, yang mengindikasikan bahwa peningkatan dorongan internal dan motivasi dalam bidang kewirausahaan akan berimplikasi pada peningkatan minat untuk terlibat langsung dalam kegiatan berwirausaha.

Uji t

Tabel 8. Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.707	1.768		.966	.337
Pola Pikir	.155	.065	.241	2.386	.020
Kreativitas	.274	.094	.287	2.906	.005
Motivasi Berwirausaha	.241	.078	.315	3.074	.003

Sumber: **Data primer diolah, 2025**

Pengujian parsial yang dilakukan melalui *uji t* dan ditampilkan pada tabel hasil analisis memperlihatkan bahwa seluruh variabel bebas yakni Pola Pikir (X1), Kreativitas (X2), serta Motivasi Berwirausaha (X3) memiliki nilai *t hitung* yang melampaui nilai *t tabel* disertai tingkat signifikansi yang lebih rendah daripada ambang 0,05. Temuan ini menghadirkan bukti empiris yang cukup kuat bahwa ketiga variabel independen tersebut berperan signifikan terhadap variabel dependen, yaitu Minat Berwirausaha (Y). Dengan demikian, dapat dipahami bahwa setiap peningkatan yang terjadi pada pola pikir, kreativitas, maupun motivasi berwirausaha akan, secara parsial, berimplikasi langsung pada peningkatan minat mahasiswa dalam menjalankan aktivitas kewirausahaan.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9. Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.593 ^a	.352	.325	.1305

Sumber: **Data primer diolah, 2025**

Berdasarkan hasil pengolahan data, nilai Adjusted R Square yang diperoleh adalah sebesar 0,325. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel independen dalam model penelitian, yaitu Pola Pikir, Kreativitas, dan Motivasi Berwirausaha, secara simultan mampu menjelaskan variasi perubahan pada variabel dependen Minat Berwirausaha sebesar 32,5%. Sementara itu, sebesar 67,5% dari variasi minat berwirausaha dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak tercakup dalam model ini, sehingga mengindikasikan masih adanya aspek eksternal atau variabel tambahan yang dapat memberikan kontribusi terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini mengisyaratkan perlunya penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel-variabel lain yang relevan agar pemahaman mengenai faktor penentu minat berwirausaha menjadi lebih komprehensif.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Pola Pikir terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa pola pikir yang terbuka dan kolaboratif mendorong minat mahasiswa dalam kewirausahaan, sejalan dengan pandangan Dweck, (2006:6) mengenai pentingnya *growth mindset* dalam menghadapi tantangan baru. Mahasiswa yang memiliki arah tujuan jelas serta mampu memanfaatkan keterbatasan sumber daya sebagai peluang inovasi menunjukkan kedewasaan berpikir yang mendukung keputusan usaha (Taufik, 2015:67-69). Fleksibilitas dalam menyesuaikan model bisnis dengan dinamika pasar dan kemajuan teknologi juga memperkuat minat berwirausaha. Hasil ini sejalan dengan temuan Aulia Putri et al., (2023), Dewi et al., (2023), dan Suhesti, (2022) yang sama-sama menegaskan bahwa pola pikir berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Pengaruh Kreativitas Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa kreativitas menjadi faktor penting dalam membentuk minat mahasiswa untuk terjun ke dunia kewirausahaan. Kreativitas tidak sekadar diartikan sebagai kemampuan menghasilkan sesuatu yang baru, tetapi juga mencakup keberanian mengekspresikan ide

yang unik dan relevan dengan kebutuhan pasar (Musbikin, 2006:6) serta kesediaan untuk terus belajar dan terbuka pada perubahan lingkungan usaha yang dinamis (Semiawan, 2008:89). Mahasiswa yang memiliki keyakinan terhadap nilai gagasannya cenderung lebih berani menghadapi risiko, memanfaatkan peluang, dan berinovasi dalam mengembangkan usaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian Dewi et al., (2023), Djulianti Melinda et al., (2023), serta Putri & Saputra, (2023), yang seluruhnya menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan kreativitas terhadap minat berwirausaha. Dengan demikian, semakin kreatif seorang mahasiswa, semakin besar kecenderungan mereka untuk memulai dan mengembangkan bisnis secara mandiri.

Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha

Penelitian ini mengungkapkan bahwa motivasi berwirausaha menjadi faktor yang secara signifikan memengaruhi minat mahasiswa untuk memasuki ranah kewirausahaan. Motivasi tidak hanya hadir sebagai dorongan sesaat, tetapi sebagai energi psikologis yang membentuk keterikatan emosional terhadap ide usaha yang ingin digeluti, sejalan dengan konsep niat dalam *Theory of Planned Behavior* Ajzen, (2005:117) dan pandangan Sadirman.A.M, (2006:73) yang memaknai motivasi sebagai daya penggerak internal individu. Mahasiswa yang memiliki dorongan semacam ini umumnya tidak hanya berorientasi pada kepentingan pribadi, tetapi juga memiliki kepekaan sosial untuk menciptakan produk atau jasa yang memberi manfaat luas, sebagaimana ditegaskan Brown, (2018:112) terkait pentingnya keberanian dan empati dalam membangun usaha. Selain itu, semangat belajar berkelanjutan dan keyakinan menghadapi tantangan awal berwirausaha, sebagaimana dijelaskan Hurriyati, (2014:56), memperkuat minat untuk memulai bisnis. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Aulia Putri et al., (2023), Djulianti Melinda et al., (2023), dan Qadisyah et al., (2024) yang seluruhnya menegaskan bahwa motivasi berwirausaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Kesimpulan

Penelitian ini berfokus pada keterkaitan antara pola pikir, kreativitas, dan motivasi berwirausaha dengan kecenderungan mahasiswa untuk menekuni dunia kewirausahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa pola pikir berperan positif dan signifikan dalam membentuk cara pandang serta keyakinan mahasiswa terhadap peluang usaha yang ada, sementara kreativitas memberikan kontribusi bermakna melalui kemampuan menghasilkan gagasan baru yang relevan dengan kebutuhan pasar. Selain itu, motivasi berwirausaha terbukti menjadi penggerak internal yang mendorong mahasiswa untuk bertindak, mengatasi hambatan, dan memelihara komitmen dalam merintis usaha. Temuan ini mengisyaratkan bahwa ketiga aspek tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan membentuk struktur psikologis yang saling melengkapi dalam menumbuhkan minat berwirausaha yang lebih kuat dan berkelanjutan.

Keterbatasan

Keterbatasan dalam melaksanakan penelitian ini ini pada sejumlah point meliputi:

1. Penelitian ini hanya menyoroti beberapa variabel tertentu, sehingga ruang analisis menjadi terbatas. Penelitian lanjutan direkomendasikan untuk memasukkan faktor-faktor lain yang secara potensial dapat memengaruhi minat berwirausaha, sehingga pemahaman yang diperoleh menjadi lebih menyeluruh
2. Kesimpulan penelitian ini sepenuhnya disusun berdasarkan data, pendekatan, dan instrumen yang digunakan. Oleh karena itu, penelitian berikutnya disarankan untuk menggunakan metode yang lebih bervariasi, cakupan sampel yang lebih luas, serta instrumen yang lebih mendalam agar hasil yang diperoleh lebih representatif dan komprehensif.

Saran

Merujuk pada hasil pembahasan yang telah dipaparkan, penelitian ini masih menyisakan beberapa keterbatasan yang menuntut perbaikan ke depan. Beberapa rekomendasi saran yang dapat ditawarkan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian di masa mendatang direkomendasikan untuk memasukkan variabel lain, seperti pengaruh lingkungan keluarga, pengalaman berorganisasi, literasi keuangan, dan dukungan sosial. Penambahan ini diharapkan mampu memberikan hasil yang lebih mendalam serta menyajikan perspektif yang lebih menyeluruh terhadap minat berwirausaha.
2. Studi berikutnya disarankan mempertimbangkan penerapan pendekatan kualitatif atau metode campuran (mixed method) agar mampu menggali dimensi psikologis dan sosial yang mungkin tidak terungkap secara optimal melalui metode kuantitatif saja.
3. Dianjurkan agar penelitian selanjutnya melibatkan mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi maupun wilayah yang lebih luas, bukan hanya terbatas pada mahasiswa Universitas Islam Malang, sehingga temuan penelitian menjadi lebih representatif dan dapat digeneralisasi dengan baik.

Referensi

- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, And Behavior*. Open University Press (Mcgraw-Hill Education).
- Alma, B. (2013). *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*. Alfabeta.
- Aulia Putri, S. R., Nurhajati, & Khalikussabir. (2023). Pengaruh Pola Pikir Kewirausahaan, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 13(01), 510–518.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. *Tingkat Pengangguran Terbuka (Tpt) Dan Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (Tpak) Menurut Provinsi, 2023*. Diakses Pada 25 Februari 2025, Dari <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/v2povwjwchjurgg0u2ponfjyaexhvxb0tuhacvfumdkjmw==/tingkat-pengangguran-terbuka-tpt-dan-tingkat-partisipasi-angkatan-kerja-tpak-menurut-provinsi.html?year=2023>.
- Bastaman, A. (2021). *Mengapa Perguruan Tinggi Kurang Menghasilkan Wirausahawan ?* Gemari.Id.
- Brown, B. (2018). *Dare To Lead: Brave Work. Tough Conversations. Whole Hearts*. Random House.
- Deny, S. (2017). *Milenial Pilih Menganggur Ketimbang Bekerja Di Sektor Informal*. Liputan6.
- Dewi, A. H., Wahono, B., & Rachmadi, K. R. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Pola Pikir Kewirausahaan, Dan Kreativitas Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islammalang Angkatan 2020). *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. (2024). *Jumlah Lulusan Perguruan Tinggi Perguruan Tinggi Akademik*. <https://data.kemdikbud.go.id/dataset/pendidikan-tinggi/jumlah-lulusan-perguruan-tinggi-perguruan-tinggi-akademik>
- Djulianti Melinda, R., Yohana, C., & Fadillah F, N. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kreativitas, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(3), 911–924. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i3.688>
- Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The New Psychology Of Success*. Random House.
- Hansemark, O. C. (2003). Need For Achievement, Locus Of Control And The Prediction Of Business Start-Ups : A Longitudinal Study. *Journal Of Economic Psychology*, 24(3), 301–319. [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(02\)00188-5](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(02)00188-5)
- Hurriyati, R. (2014). *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*. Alfabeta.

- Larso, D. (2015). *Kewirausahaan: Konsep Dan Realita Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah*. Andi Offset.
- Musbikin, I. (2006). *Mendidik Anak Kreatif Ala Einstein*. Mitra Pustaka.
- Putri, Y. M. D., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kreativitas, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Di Kota Batam. *Journal Of Economics And Business ...*, 12(1), 284–303. <https://Jurnal.Ubs-Usg.Ac.Id/Index.Php/Joeb/Article/View/128%0ahttps://Jurnal.Ubs-Usg.Ac.Id/Index.Php/Joeb/Article/Download/128/306>
- Qadisyah, M., Nurbaiti, & Tambunan, K. (2024). *Pengaruh Pengetahuan , Sikap Dan Motivasi Terhadap Minat Islamic Entrepreneursip Mahasiswa Febi Uin Sumatera Utara*. 8(2), 512–525. <https://doi.org/10.29408/Jpek.V8i2.26505>
- Robinson, S. K. (2011). *Out Of Our Minds: Learning To Be Creative*. Capstone (Wiley).
- Sadirman.A.M. (2006). *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar*. Pt Raja Grafindo Persada.
- Semiawan, C. R. (2008). *Perspektif Pendidikan Anak Berbakat: Strategi Pengembangan Kreativitas Dan Kecerdasan*. Grasindo.
- Sudomo, S. (2009). *Kewirausahaan: Sifat, Jiwa, Dan Kemampuan*. Pt. Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Sutopo (Ed.); 2022nd Ed.). Alfabeta.
- Suhesti, P. P. (2022). *Pengaruh Krisis Semperempat Abad (Quarter Life Crisis), Efikasi Diri, Dan Pola Pikir Mahasiswa Terhadap Minat Berwirausaha (Pada Anggota Unit Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan Golden Preneur Universitas Islam Malang)*. 9, 356–363.
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan : Pedoman Praktis Kiat, Dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Taufik, M. (2015). *Entrepreneurship: Membangun Spirit & Mindset Wirausaha*. Prenadamedia Group.
- Yun. (2021). *Menko Airlangga Siapkan Kur Untuk Alumni Kartu Prakerja*. Cnbc Indonesia.

Abdurrahman Sholeh*) **Adalah Mahasiswa FEB UNISMA**

Noor Shodiq Askandar **) **Adalah Dosen Tetap FEB UNISMA**

Restu Millaningtyas ***) **Adalah Dosen Tetap FEB UNISMA**