

Pengaruh Kreativitas, Lingkungan Keluarga Dan Inovasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Di Kota Malang

Lusi Adelia Rahmawati*

Abdullah Syakur Novianto**

Ita Athia***

Email : lusiadelia910@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

Educated unemployment among university graduates remains a structural issue in Indonesia, particularly in Malang City. Developing student entrepreneurship serves as a strategic solution to address this problem; however, entrepreneurial intention is often hindered by a job-seeker mindset. Anchored in the Entrepreneurial Event Model (EEM), this study aims to examine the simultaneous and partial effects of creativity, family environment, and innovation on university students' entrepreneurial intentions in Malang City. This quantitative explanatory research involved a population of active students from seven public and private universities in Malang. A sample of 160 respondents was selected using a combination of proportional quota sampling and purposive sampling, targeting active students who have taken or are currently taking entrepreneurship courses. Primary data collected via online structured questionnaires were analyzed using multiple linear regression. The results indicate that creativity, family environment, and innovation simultaneously have a significant effect on entrepreneurial intention. Partially, all three independent variables significantly and positively affect entrepreneurial intention, with innovation emerging as the most dominant factor. Together, these variables account for 87.1% of the variance in students' entrepreneurial intention. These findings highlight that internal ideation, execution of unique business concepts, and family moral support are critical in strengthening students' perceived feasibility and perceived desirability toward entrepreneurship. Higher education institutions are recommended to enhance practice-oriented entrepreneurship programs and innovation simulations to foster graduates as job creators.

Keywords: *Creativity, Family Environment, Innovation, Entrepreneurial Intention*

Pendahuluan

Pengangguran merupakan masalah struktural di Indonesia yang terjadi akibat ketidakseimbangan antara jumlah angkatan kerja dan lowongan pekerjaan (Indayani & Hartono, 2020; Nurhidayah & Susilo, 2023). Tingkat pengangguran Indonesia dilaporkan mencapai 4,76%, tertinggi di kawasan ASEAN (Trading Economics, 2025). Permasalahan ini kian kompleks dengan tingginya pengangguran terdidik, seperti di Kota Malang yang mencatatkan 1.210 lulusan perguruan tinggi (4,37%) masih menganggur pada tahun 2025 (BPS Kota Malang, 2025). Kondisi ini membuktikan bahwa gelar sarjana tidak lagi menjamin pekerjaan, sehingga pengembangan kewirausahaan mahasiswa menjadi solusi strategis menciptakan lapangan kerja (Kardiana & Melati, 2019; Yuwono, 2025). Namun, tingginya pengangguran terdidik menunjukkan bahwa minat mahasiswa untuk berwirausaha masih rendah akibat dominasi mindset sebagai pencari kerja (Athia *et al.*, 2018; Daniel & Handoyo, 2021).

Upaya untuk menumbuhkan dorongan tersebut berkaitan erat dengan pemahaman mengenai faktor-faktor yang membentuk minat berwirausaha itu sendiri. Minat berwirausaha merupakan

ketertarikan dan komitmen individu untuk menjalankan usaha mandiri serta berani mengambil risiko (Yurianto & Armansyah, 2021; Harisandi *et al.*, 2023). Minat ini tidak muncul secara instan, melainkan dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal (Riyanti & Dewi, 2024).

Dari dalam diri mahasiswa, salah satu dasar utama munculnya minat berwirausaha adalah kreativitas. Kreativitas merupakan kemampuan menghasilkan ide, konsep, dan solusi baru yang relevan dalam memecahkan masalah serta menemukan peluang bisnis (Ji & Chang, 2024; Darmasaputra & Weli, 2025). Kemampuan berpikir kreatif terbukti berpengaruh positif terhadap minat kewirausahaan mahasiswa karena membantu mengenali peluang pasar (Wardana *et al.*, 2020). Namun, dalam praktiknya masih banyak mahasiswa yang kesulitan menciptakan ide bisnis unik dan cenderung sekadar meniru usaha yang sudah ada (Saputra & Wibowo, 2022).

Selain potensi kreatif dari dalam diri, pembentukan minat berwirausaha juga sangat bergantung pada dukungan lingkungan eksternal, khususnya lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga mencakup kondisi sosial psikologis dalam rumah tangga seperti dukungan emosional, pola asuh, dan nilai-nilai keluarga yang memengaruhi *self efficacy* serta motivasi bisnis mahasiswa (Styadinata & Soelaiman, 2024; Prasiska *et al.*, 2024). Penelitian Nur, (2025) menemukan bahwa latar belakang keluarga wirausaha meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Sebaliknya, Hidayat, (2021) menunjukkan bahwa lingkungan keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, yang menandakan adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian (*research gap*).

Selain kreativitas dan dukungan keluarga, faktor pendorong lain yang tidak kalah krusial dalam dunia bisnis modern adalah kemampuan inovasi. Inovasi adalah kemampuan merealisasikan ide-ide baru menjadi produk, proses, atau model bisnis yang memiliki nilai tambah dan daya saing tinggi (Rambev *et al.*, 2024; Grivaldi & Meliana, 2025). Pramono *et al.*, (2022) menegaskan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Namun, Sari dan Putri, (2023) menyebutkan bahwa kemampuan inovasi mahasiswa saat ini masih terbatas, sehingga usaha yang dijalankan sering kurang memiliki keunikan di pasar.

Melihat pentingnya ketiga faktor tersebut serta adanya ketidakkonsistenan temuan terdahulu, penelitian ini berfokus pada masalah belum diketahuinya secara mendalam bagaimana pengaruh kreativitas, lingkungan keluarga, dan inovasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa di lintas perguruan tinggi Kota Malang. Bisa jadi banyak mahasiswa yang memiliki potensi kreatif dan ide inovatif di tengah tingginya angka pengangguran terdidik. Namun, minat berwirausaha mereka belum terbangun secara optimal akibat minimnya dorongan lingkungan keluarga maupun terbatasnya kemampuan mengeksekusi peluang bisnis. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kreativitas, lingkungan keluarga, dan inovasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Berdasarkan uraian di atas, peneliti melakukan penelitian berjudul "Pengaruh Kreativitas, Lingkungan Keluarga, dan Inovasi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Kota Malang".

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Entrepreneurial Event Model (EEM)

Pada penelitian ini *Entrepreneurial Event Model* (EEM) mampu menjelaskan bagaimana minat berwirausaha terbentuk melalui tiga unsur utama, yaitu *perceived desirability*, *perceived feasibility*, dan *propensity to act* (Shapero & Sokol, 1982). EEM relevan untuk menjelaskan bagaimana ketertarikan, keyakinan diri, dan dorongan bertindak membentuk minat berwirausaha. Seseorang cenderung memiliki minat untuk memulai usaha ketika ia menilai wirausaha sebagai hal yang menarik, yakin memiliki kemampuan untuk melakukannya, serta didorong oleh faktor lingkungan. Dengan demikian, minat berwirausaha tidak semata-mata ditentukan oleh kreativitas dan inovasi yang memperkuat keyakinan diri (*perceived feasibility*), tetapi juga dibentuk oleh peran lingkungan keluarga dalam menciptakan ketertarikan (*perceived desirability*) sekaligus mendorong kecenderungan individu untuk bertindak (*propensity to act*).

Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha adalah dorongan psikologis internal dalam diri individu yang memunculkan keinginan kuat, fokus, serta komitmen untuk memasuki dunia usaha dan menciptakan sesuatu yang bernilai secara terencana dan berkelanjutan (Abror *et al.*, 2021; Ainun *et al.*, 2023). Minat ini tidak tumbuh secara spontan, melainkan dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal (seperti kepercayaan diri dan kreativitas) serta faktor eksternal (seperti dukungan keluarga, kurikulum kewirausahaan, dan ketersediaan inkubator bisnis) (Mabrur *et al.*, 2024). Menurut Sari *et al.*, (2022) lima indikator utama yang memengaruhi Minat Berwirausaha, yaitu adanya perasaan senang terhadap kewirausahaan, kecenderungan individu untuk lebih menyukai kewirausahaan dibandingkan yang lain, munculnya ketertarikan terhadap dunia wirausaha, keterlibatan dalam kegiatan kewirausahaan, adanya perhatian terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kewirausahaan

Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan individu dalam berpikir secara inovatif untuk melahirkan gagasan baru, menemukan pendekatan yang unik, serta mengaitkan konsep-konsep yang tidak berhubungan guna memecahkan masalah dan menciptakan nilai tambah pada produk atau layanan (Sufyati, 2021; Delvanty, 2022; Rusdiana, 2022). Dalam dunia bisnis, tingkat kreativitas yang tinggi memungkinkan mahasiswa untuk melihat peluang pasar yang tidak disadari orang lain serta mengembangkan daya saing produk (Laia, 2025). Menurut Putri *et al.*, (2025) kreativitas dapat diukur melalui empat indikator yaitu kemampuan individu dalam menghasilkan ide-ide baru, menunjukkan orisinalitas dalam berpikir, memecahkan masalah secara inovatif, serta keberanian dalam mengambil risiko. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Wardana *et al.*, (2020) dan Saputra & Wibowo, (2022) menyatakan bahwa individu yang kreatif lebih mampu menemukan peluang usaha sehingga meningkatkan minat berwirausaha.

Lingkungan Keluarga

Lingkungan keluarga merupakan unit sosial terdekat yang memiliki peran krusial dalam membentuk karakter, pola pikir, serta dorongan motivasi individu untuk berwirausaha melalui pola asuh, transmisi nilai, dan dukungan yang diberikan secara berkelanjutan (Widhiastuti & Dewi, 2020). Keluarga menjadi fondasi awal yang menentukan tingkat keberanian anak dalam mengambil risiko dan memilih jalur karier mandiri. Menurut Saputra & Johanes, (2024) lingkungan keluarga dapat diukur melalui kondisi ekonomi keluarga, cara orang tua dalam mendidik, suasana yang tercipta di dalam rumah, serta kualitas relasi antaranggota keluarga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Nur, (2025) dan Prasiska *et al.*, (2024) menemukan pengaruh positif, sedangkan Hidayat, (2021) menunjukkan hasil tidak signifikan, sehingga masih terdapat perbedaan temuan.

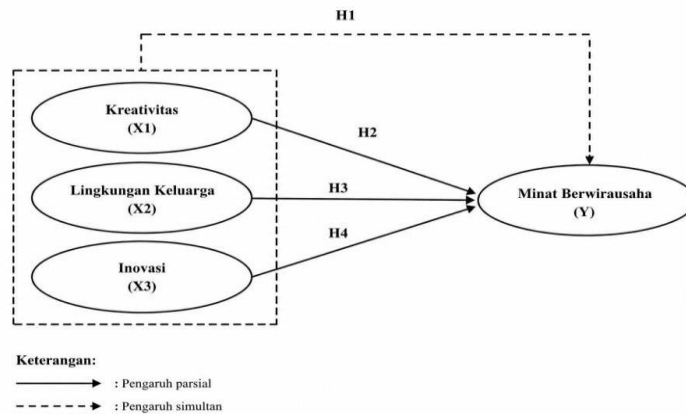
Inovasi

Inovasi didefinisikan sebagai kemampuan, kesungguhan, dan komitmen seseorang untuk mengubah ide-ide kreatif menjadi kenyataan yang memiliki nilai ekonomis maupun sosial, baik dalam bentuk penciptaan hal baru yang belum ada sebelumnya maupun pengembangan atas produk dan proses yang sudah ada (Erdalina *et al.*, 2023; Palupi, 2024). Inovasi menjadi kunci bagi kewirausahaan untuk menciptakan daya diferensiasi di pasar. Faktor-faktor yang membentuk kemampuan inovasi meliputi kecakapan menciptakan produk atau layanan baru, keterampilan memodifikasi dan menyempurnakan hal yang sudah ada, kepemilikan kebiasaan mencoba hal, serta kelincahan beradaptasi dengan dinamika kebutuhan pasar (Yentisna *et al.*, 2024). Menurut Wati, (2025) inovasi dapat diukur melalui ketertarikan individu terhadap hal-hal yang bersifat kreatif, keinginan untuk menciptakan sesuatu yang berbeda dari yang lain, serta kesenangan dalam melakukan percobaan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Pramono *et al.*, (2022) dan Grivaldi & Meliana, (2025) menyatakan bahwa kemampuan inovasi

meningkatkan kesiapan dan ketertarikan mahasiswa untuk berwirausaha.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah diuraikan, serta mengacu pada penelitian sebelumnya, kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

H1: Kreativitas, Lingkungan Keluarga, dan Inovasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa di Kota Malang.

H2: Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa di Kota Malang.

H3: Lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa di Kota Malang.

H4: Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa di Kota Malang.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis *explanatory research* yang bertujuan untuk menguji hipotesis serta menjelaskan hubungan antar variabel. Kegiatan penelitian dilaksanakan di Kota Malang selama kurun waktu Februari 2026 hingga Juni 2026. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh mahasiswa aktif dari tujuh perguruan tinggi PTN dan PTS di Kota Malang berdasarkan data PDDikti 2025, dengan total sebanyak 308.590 mahasiswa. Berdasarkan rumus Hair *et al.*, (2017) yang memperhitungkan 10 kali jumlah indikator penelitian (10×16 indikator), sampel yang ditetapkan adalah sebanyak 160 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* yang menggabungkan metode *proportional quota sampling* dan *purposive sampling*. Metode *proportional quota sampling* diterapkan untuk membagi target kuota responden secara proporsional sesuai rasio populasi di masing-masing dari tujuh kampus yang diteliti, yaitu Universitas Brawijaya (41), UIN Maulana Malik Ibrahim (36), Universitas Negeri Malang (32), Universitas Muhammadiyah Malang (21), Universitas Terbuka Malang (15), Universitas Islam Malang (9), dan Universitas Merdeka Malang (6). Selanjutnya, *purposive sampling* digunakan untuk memilih responden yang memenuhi kriteria spesifik, yaitu mahasiswa aktif yang telah atau sedang menempuh mata kuliah kewirausahaan. Pengumpulan data primer dilakukan secara daring melalui kuesioner terstruktur (*Google Form*) yang didistribusikan via media sosial WhatsApp dengan bantuan jejaring pertemanan di tiap kampus. Kuesioner ini dilengkapi dengan pertanyaan penyaring (*screening questions*) pada tahap awal serta penghentian pengisian secara bertahap untuk memastikan kuota di tiap perguruan tinggi terpenuhi dengan akurat. Adapun variabel yang diuji dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel dependen yaitu Minat Berwirausaha (Y), serta tiga variabel independen yang meliputi Kreativitas (X1), Lingkungan Keluarga (X2), dan Inovasi (X3).

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Instrumen

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Langkah awal analisis data adalah uji validitas untuk memastikan setiap item pertanyaan mampu mengukur variabel secara akurat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05, di mana indikator dinyatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel. Dengan jumlah sampel (n) 160 responden, diperoleh $df = 158$ dan r tabel sebesar 0,1552. Hasil uji validitas pada tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai r hitung $>$ r tabel, sehingga instrumen penelitian dinyatakan valid. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi instrumen, di mana suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,60. Hasil uji validitas dan hasil uji reliabilitas disajikan pada tabel 1. Dari hasil pengujian tersebut, dapat dinyatakan bahwa alat instrumen yang digunakan dalam penelitian ini valid dan seluruh variabel dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria reliabilitas.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Minat Berwirausaha (Y)	Y1	0,820	0,1552	Valid	0,900	Reliabel
	Y2	0,858	0,1552	Valid		
	Y3	0,824	0,1552	Valid		
	Y4	0,856	0,1552	Valid		
	Y5	0,868	0,1552	Valid		
Kreativitas (X1)	X1.1	0,872	0,1552	Valid	0,887	Reliabel
	X1.2	0,862	0,1552	Valid		
	X1.3	0,876	0,1552	Valid		
	X1.4	0,848	0,1552	Valid		
Lingkungan Keluarga (X2)	X2.1	0,871	0,1552	Valid	0,898	Reliabel
	X2.2	0,890	0,1552	Valid		
	X2.3	0,888	0,1552	Valid		
	X2.4	0,849	0,1552	Valid		
Inovasi (X3)	X3.1	0,871	0,1552	Valid	0,839	Reliabel
	X3.2	0,885	0,1552	Valid		
	X3.3	0,854	0,1552	Valid		

Sumber : data diolah peneliti, 2026

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode pengujian *Kolmogorov Smirnov*. Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai Asymp. Sig (2-tailed), di mana data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian normalitas disajikan dalam tabel 3. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam model regresi ini memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		160
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,91745331
Most Extreme Differences	Absolute	,059
	Positive	,030
	Negative	-,059
Test Statistic		,059
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : data diolah peneliti, 2026

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Pengambilan keputusan dalam uji ini dilakukan dengan menganalisis nilai *Tolerance* dan

Variance Inflation Factor (VIF). Model dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Hasil pengujian multikolinearitas disajikan dalam tabel 4. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
Kreativitas	0,165	6,043	Tidak terjadi multikolinearitas
Lingkungan keluarga	0,191	5,235	Tidak terjadi multikolinearitas
Inovasi	0,205	4,876	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : data diolah peneliti, 2026

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Uji Glejser. Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi, di mana model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi setiap variabel independen lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian heteroskedastisitas disajikan dalam tabel 5. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel Independen	Nilai sig.	Nilai Acuan Signikansi	Keterangan
Kreativitas	0,351	>0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Lingkungan keluarga	0,107	>0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Inovasi	0,330	>0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : data diolah peneliti, 2026

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji dan mengkaji pengaruh beberapa variabel independen secara bersama-sama terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda diterapkan untuk mengukur sejauh mana variabel Kreativitas (X1), Lingkungan Keluarga (X2), dan Inovasi (X3) memengaruhi Minat Berwirausaha (Y) mahasiswa di Malang. Ringkasan hasil olah data regresi disajikan pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,815	,517		1,576	,117
Kreativitas	,348	,084	,291	4,149	,000
Lingkungan Keluarga	,331	,078	,278	4,257	,000
Inovasi	,671	,103	,408	6,486	,000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber : data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel 7, persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

Persamaan regresi yang dihasilkan yaitu:

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + e$$

$$Y = 0,815 + 0,348 X_1 + 0,331 X_2 + 0,671 X_3 + e$$

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa Kreativitas, Lingkungan Keluarga, dan Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

Uji Hipotesis

Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk menguji apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan didasarkan pada tingkat signifikansi 0,05. Hipotesis diterima apabila nilai F hitung > F tabel atau nilai Sig. < 0,05. Dengan jumlah sampel $n = 160$ dan jumlah variabel bebas $k = 3$, diperoleh nilai F tabel sebesar 2,66 ($df = 3; 157$).

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4022,410	3	1340,803	357,802	,000 ^b
	Residual	584,584	156	3,747		
	Total	4606,994	159			
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha						
b. Predictors: (Constant), Inovasi, Lingkungan Keluarga, Kreativitas						

Sumber : data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan tabel 7, diperoleh nilai F tabel sebesar 2,66. Sementara itu, hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan nilai F hitung sebesar 357,802 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada di bawah 0,05. Dengan demikian, hipotesis H1 dalam penelitian ini diterima, yang mengindikasikan bahwa Kreativitas, Lingkungan Keluarga, dan Inovasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa di Kota Malang.

Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0,05. Kriteria pengujian dilakukan dengan ketentuan apabila nilai t hitung > t tabel atau nilai signifikansi < 0,05, maka hipotesis diterima. Dengan taraf signifikansi $\alpha/2 = 0,025$ dan derajat kebebasan $df = 160 - 3 - 1 = 156$, diperoleh nilai t tabel sebesar 1,975.

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	,815	,517		1,576
	Kreativitas	,348	,084	,291	4,149
	Lingkungan Keluarga	,331	,078	,278	4,257
	Inovasi	,671	,103	,408	6,486
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha					

Sumber : data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan tabel 8, maka dapat disimpulkan bahwa Kreativitas, Lingkungan Keluarga, dan Inovasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung ketiga variabel yang lebih besar dari t tabel (1,975) serta nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,000 (< 0,05). Dari ketiga variabel, Inovasi memiliki pengaruh paling dominan, sehingga peningkatan pada ketiga aspek tersebut secara simultan dapat meningkatkan Minat Berwirausaha.

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Koefisien determinasi atau R² yang disesuaikan, digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi pada variabel terikat. Nilai R² berkisar antara nol hingga satu. Semakin kecil koefisien determinasi, semakin lemah pengaruh X terhadap Y; semakin mendekati satu nilainya, semakin kuat pula pengaruh tersebut.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,934 ^a	,873	,871	1,936
a. Predictors: (Constant), Inovasi, Lingkungan Keluarga, Kreativitas				

Sumber : data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh nilai adjusted R² sebesar 0,871 atau setara dengan 87,1%. Angka ini mengindikasikan bahwa kontribusi variabel Kreativitas, Lingkungan Keluarga, dan Inovasi dalam menjelaskan variabel Minat Berwirausaha mahasiswa di Kota Malang mencapai 87,1%, sementara sisanya sebesar 12,9% merupakan pengaruh dari faktor-faktor lain yang tidak tercakup dalam model penelitian ini.

Pengaruh Kreativitas, Lingkungan Keluarga, dan Inovasi terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian, kreativitas, lingkungan keluarga, dan inovasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Kota Malang berdasarkan uji F, Artinya, ketiga variabel tersebut memiliki peran dalam mendorong mahasiswa untuk berwirausaha. Dari ketiga variabel yang diteliti, inovasi terbukti menjadi faktor yang paling dominan dalam membentuk minat berwirausaha. Kebiasaan mahasiswa dalam menciptakan gagasan baru yang berbeda, mencari keunikan usaha, serta keberanian mencoba hal-hal baru menjadi pendorong utama keberhasilan tersebut.

Temuan ini didukung oleh profil responden yang mayoritas berada pada tingkat akhir yaitu semester 8. Sebagai mahasiswa semester akhir, mereka telah mendapatkan bekal teori yang matang, pengalaman praktis, dan dihadapkan pada realitas persiapan memasuki dunia kerja setelah lulus, sehingga cara berpikir mereka menjadi lebih matang dan berorientasi pada masa depan melalui jalur wirausaha. Kedewasaan akademik dan wawasan ini mendorong mereka berpikir lebih kritis dan aplikatif dalam menciptakan pembaruan melalui inovasi.

Hasil penelitian ini memperkuat teori *Entrepreneurial Event Model* (EEM), kreativitas dan inovasi, terutama dominasi inovasi berperan kuat dalam meningkatkan *perceived feasibility* (keyakinan bahwa usaha dapat direalisasikan), sedangkan lingkungan keluarga berperan membentuk *perceived desirability* sekaligus mendorong *propensity to act*. Dominasi responden mahasiswa semester akhir turut memperkuat kesiapan mereka untuk merealisasikan rencana usaha tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hasanah *et al.*, (2021), Abror *et al.*, (2021), serta Maisan & Nuringsih, (2021).

Pengaruh Kreativitas terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian, variabel Kreativitas terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa di Kota Malang berdasarkan hasil uji t, sehingga hipotesis diterima.

Pengaruh ini terbentuk melalui kemampuan mahasiswa dalam menghasilkan ide-ide baru, melihat peluang dari berbagai situasi, serta menyelesaikan permasalahan secara mandiri. Kreativitas tidak hanya berkaitan dengan imajinasi, tetapi juga dengan kemampuan mengolah informasi menjadi konsep usaha yang aplikatif. Pada mahasiswa semester akhir, kemampuan tersebut semakin terasah melalui berbagai pengalaman akademik seperti penyusunan tugas akhir dan kegiatan magang. Proses ini membentuk pola pikir yang lebih analitis dan solutif, sehingga mahasiswa merasa lebih percaya diri dalam mengembangkan usaha.

Dalam *Entrepreneurial Event Model* (EEM), kondisi ini menunjukkan bahwa kreativitas berkontribusi dalam meningkatkan *perceived feasibility*, yaitu keyakinan bahwa individu mampu menjalankan usaha secara nyata. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasanah *et al.*, (2021), Junus *et al.*, (2023), dan Susanti, (2025) bahwa Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian, variabel Lingkungan Keluarga terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa di Kota Malang berdasarkan hasil uji t, sehingga hipotesis diterima. Pengaruh ini tercermin dari peran keluarga dalam memberikan dukungan emosional, membangun nilai kemandirian, serta menciptakan suasana yang mendorong keberanian dalam mengambil keputusan. Keluarga yang memberikan kepercayaan dan ruang diskusi terbuka cenderung mampu menumbuhkan rasa aman bagi mahasiswa untuk mengambil risiko dalam berwirausaha. Bagi mahasiswa semester akhir yang sedang berada pada fase transisi menuju dunia kerja, dukungan keluarga menjadi faktor penting dalam mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan keyakinan dalam memilih jalur karier.

Dalam *Entrepreneurial Event Model* (EEM), kondisi ini menunjukkan bahwa lingkungan keluarga

berperan dalam membentuk *perceived desirability* serta mendorong *propensity to act*, yaitu kecenderungan individu untuk segera merealisasikan rencana usaha. Hasil ini sejalan dengan penelitian Abror *et al.*, (2021), Julindrastuti *et al.*, (2022), dan Azizah *et al.*, (2024).

Pengaruh Inovasi terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian, variabel Inovasi terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa di Kota Malang berdasarkan hasil uji t, sehingga hipotesis diterima. Pengaruh ini disebabkan oleh kecenderungan mahasiswa untuk tidak hanya menciptakan ide, tetapi juga mengembangkan dan mengimplementasikan ide tersebut menjadi sesuatu yang memiliki nilai tambah. Inovasi tercermin dari kemampuan menciptakan diferensiasi, memperbaiki konsep usaha yang sudah ada, serta keberanian dalam melakukan eksperimen terhadap model bisnis baru. Mahasiswa semester akhir memiliki kesiapan yang lebih matang dalam hal ini karena telah memperoleh kombinasi antara pengetahuan teoritis dan pengalaman praktis. Kondisi tersebut membuat mereka lebih mampu merancang usaha yang terstruktur, realistis, dan kompetitif.

Dalam *Entrepreneurial Event Model* (EEM), inovasi memperkuat *perceived feasibility*, sehingga mahasiswa semakin yakin untuk bertindak sebagai wirausahawan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maisan & Nulingsih, (2021), Cahya & Inggarwati, (2024), serta Wati, (2025) bahwa Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

Simpulan, Keterbatasan Dan Saran

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, kesimpulan dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Kreativitas (X1), Lingkungan Keluarga (X2), dan Inovasi (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y) mahasiswa di Kota Malang.
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Kreativitas (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y) mahasiswa di Kota Malang.
3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Lingkungan Keluarga (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y) mahasiswa di Kota Malang.
4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Inovasi (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y) mahasiswa di Kota Malang.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Perbedaan persepsi responden terhadap pernyataan kuesioner, sehingga jawaban belum tentu mencerminkan kondisi sebenarnya.
2. Pengumpulan data secara online yang tidak memungkinkan kontrol langsung terhadap proses pengisian.
3. Kesulitan memperoleh responden yang sesuai kriteria meskipun telah menggunakan pertanyaan penyaring, sehingga membutuhkan waktu lebih lama.
4. Data sepenuhnya bergantung pada jawaban responden, sehingga berpotensi terjadi ketidaktepatan atau ketidaksesuaian dengan kondisi sebenarnya.

Saran

1. Perguruan tinggi diharapkan dapat mendorong keberanian mahasiswa dalam mengambil risiko melalui kegiatan praktik seperti pelatihan kewirausahaan, simulasi bisnis, dan program inkubasi usaha, serta menciptakan lingkungan yang mendukung agar mahasiswa tidak takut gagal.
2. Perguruan tinggi juga diharapkan mampu meningkatkan ketertarikan mahasiswa dalam mempelajari kewirausahaan melalui metode pembelajaran yang lebih menarik dan aplikatif, seperti studi kasus, praktik langsung, serta menghadirkan praktisi bisnis.

3. Mahasiswa diharapkan lebih berani mencoba memulai usaha, meskipun dari skala kecil, serta berani berkreasi, tidak takut gagal, dan menjadikan pengalaman sebagai pembelajaran dalam mengembangkan usaha.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain seperti *self-efficacy*, motivasi berwirausaha, pendidikan kewirausahaan, dan lingkungan sosial agar hasil penelitian lebih komprehensif.

Referensi

- Abror, F., Pardiman, P., & Mustapita, A. F. (2021). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, pola pikir kewirausahaan, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha. *e-Jurnal Riset Manajemen*, 15–27.
- Ainun, A. A., Syam, A., Poddala, P., & Astuti, W. (2023). Pengaruh business trend e-commerce dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha pada generasi milenial. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 210–218. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v4i2.724>
- Athia, I., Saraswati, E., & Normaladewi, A. (2018). Penerapan Business Model Canvas (BMC) untuk mendorong mindset kewirausahaan di kalangan mahasiswa Universitas Islam Malang. *Jurnal Ketahanan Pangan (JU-Ke)*, 2(1), 66–75.
- Azizah, S. N., Salim, M. A., & Novianto, A. S. (2024). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, mental berwirausaha, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha. *e-Jurnal Riset Manajemen*, 13(1), 3683–3693.
- BPS Kota Malang (2025). Keadaan ketenagakerjaan Kota Malang Agustus 2025.
- Cahya, A. E., & Inggawati, K. (2024). Peran motivasi berwirausaha dalam memoderasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan inovasi terhadap minat berwirausaha. *Ciputra Way*, 7, 260–272.
- Daniel, D., & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, lingkungan, dan motivasi terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(4), 944–952. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13436>
- Darmasaputra, E., & Weli, W. (2025). Pengaruh kreativitas, pendidikan kewirausahaan, dan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Dinamika Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, 14(1), 19–34.
- Delvanty. (2022). *Pengaruh Mental Kewirausahaan , Kreativitas dan Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa*. 05(1), 213–225.
- Erdalina, E., Azhari, A., & Musrizal, M. (2023). Pengaruh motivasi, kreativitas dan inovasi terhadap minat berwirausaha siswa. *Singkite Journal*, 2(3), 25–35.
- Grivaldi, A., & Meliana, S. (2025). Strategi Ekonomi dan Bisnis di Era digital.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2017). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Harisandi, R., Sari, L. P., & Pratiwi, D. (2023). Media sosial dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui inovasi mahasiswa. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 11(3), 784–802.
- Hidayat, R. (2021). Pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(1), 78–85.
- Indayani, S., & Hartono, B. (2020). Analisis pengangguran dan pertumbuhan ekonomi akibat pandemi Covid-19. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 18(2), 201–208.
- Ji, L., & Chang, Y. (2024). The impact of creativity on creative performance among university students. *Journal of Pedagogical Research*, 8(2), 296–309. <https://doi.org/10.33902/JPR.202426556>
- Julindrastuti, D., Karyadi, I., & Sulistiani, S. (2022). Pengaruh motivasi dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa.
- Kardiana, T., & Melati, I. (2019). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, kepercayaan diri dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 8(3), 1182–1197.

- Laia, D. M. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
- Mabrur, I., et al. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa: Kajian literatur. *Seminar Nasional Paedagoria*, 4(1), 382–398.
- Maisan, S., & Nuringsih, K. (2021). Pengaruh inovasi, e-commerce, dan gender terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(3), 731–741.
- Nur, N. (2025). Pengaruh lingkungan keluarga terhadap niat berwirausaha mahasiswa. *Jebital: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(1), 29–36.
- Nurhidayah, N., & Susilo, A. (2023). Pengaruh mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.
- Prasiska, F., Rahayu, D., & Putra, A. (2024). Peran lingkungan keluarga, motivasi, dan pengetahuan terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, 4(2), 162–170.
- Putri, A., Hadi, S., & Nuraini, F. (2024). Faktor-faktor pada mahasiswa dalam menumbuhkan minat berwirausaha. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1), 22–36. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i1.1626>.
- Riyanti, Y., & Dewi, R. M. (2024). The influence of entrepreneurship education, entrepreneurial motivation, and income expectations on entrepreneurial interest. *JMET: Journal of Management Entrepreneurship and Tourism*, 2(2), 276–283. <https://doi.org/https://doi.org/10.61277/jmet.v2i2.144>.
- Rambev, A. P., et al. (2024). Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha. *Jurnal Rimba*, 2(1), 44–49.
- Rusdiana, H. A. (2021). Pendidikan kewirausahaan. *Insan Komunika*.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. Dalam C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.), *The encyclopedia of entrepreneurship* (hlm. 72–90). Prentice-Hall.
- Sufyati, H. S., et al. (2021). Teori dan konsep kewirausahaan. Penerbit Insani.
- Saputra, R., & Wibowo, A. (2022). Analisis kreativitas mahasiswa dalam memulai usaha. *Jurnal Kewirausahaan Indonesia*, 7(1), 33–41.
- Sari, M., & Putri, A. (2023). Inovasi produk dan minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 8(1), 21–29.
- Styadinata, D. S., & Soelaiman, L. (2024). Self-efficacy on entrepreneurial intention: The mediating role of family environment. *IJAEB*, 2(3), 90–100.
- Widodo, R., Wulandari, A., Cahyani, W. K. D., Lokajaya, I. N., & Yuwono, I. (2025). Workshop implementasi penguatan kewirausahaan untuk guru SMK Agung Mulia Bangkalan Madura. *ABDI MASSA: Jurnal Pengabdian Nasional*, 5(3), 8–14.
- Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., & Wibowo, A. (2020). The impact of entrepreneurship education and students' creativity on entrepreneurial intention. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 123–130.
- Wati, I. (2025). Pengaruh kreativitas, inovasi dan modal usaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa.
- Widhiastuti, N. L. P., & Dewi, N. L. P. S. (2020). Minat berwirausaha dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal Riset Akuntansi*, 10.
- Yentisna, D., Nurhayati, Y., & Zainal, A. (2024). Pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Menara Ilmu*, 18(2), 13–28.
- Yurianto, Y., & Armansyah, S. (2021). Pengaruh efikasi diri dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(12), 2669–2676.

Lusi Adelia Rahmawati* Adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA

Abdullah Syakur Novianto** Adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA

Ita Athia*** Adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA