

MENINGKATKAN KREATIFITAS DALAM BERWIRUSAHA MAHASISWA DI MASA PANDEMIK COVID-19

Wilda Idham¹, Meylani Tuti²

Program Studi Manajemen Perhotelan, STEIN, Jakarta, Indonesia

Abstract

The purpose of this research is to find out and analyze about increasing creativity in student entrepreneurship during pandemic Covid-19. This research is a quantitative research with a survey approach. The sampling technique used purposive sampling to decide 247 respondents. Collecting data using accidental techniques using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The method of data analysis was carried out with the Structural Equation Model. The result of the research shows that self-efficacy gives significant influence toward motivation by t -value 12.03, self-efficacy gives significant influence toward creativity by t -value 2.88, while motivation give significant influence toward creativity by t -value 2.90, and self-efficacy gives indirect influence to creativity through motivation with t -value 3.00. The theoretical implication that can be conveyed is that the development of concepts and models in this study contributes to the science of entrepreneurship that self-efficacy, motivation and creativity have a positive influence on student entrepreneurship during the Covid-19 pandemic. Contribution of this study to demonstrate the effect of general self-efficacy. Further understanding is obtained from how respondents can use these concepts to provide responses about self-efficacy that can affect motivation and creativity.

Keywords: *Self-efficacy; Motivation; Creativity.*

Pendahuluan

Pada awal tahun 2020, dunia digemparkan oleh berita tentang penyebaran virus temuan baru di Wuhan, China. Virus jenis baru ini bernama Novel Corona Virus Diseases 2019 atau COVID-19. Awalnya, virus ini berkembang di Wuhan-China dan menjadi bencana nasional di Negeri Tirai Bambu tersebut namun lambat laun menjangkit ke negara sekitar hingga akhirnya menyebar hampir keseluruhan negara, sehingga COVID-19 menjadi sebuah pandemi. Tidak sedikit masyarakat yang terpapar covid-19. COVID-19 memberikan dampak buruk yang dirasakan oleh para masyarakat, terutama masalah ekonomi.

Pandemi COVID-19 ini mengubah secara langsung kebiasaan atau kegiatan masyarakat sehari-hari. Kegiatan masyarakat di luar rumah ditiadakan seperti bekerja, sekolah hingga bersosialisasi. Tentunya ini sangat mempengaruhi pola hidup dan rutinitas masyarakat dunia termasuk negeri ini. Tidak hanya sektor kesehatan, COVID-19 juga mempengaruhi sektor pendidikan, hingga ekonomi. Berbicara ekonomi, semua Negara terjangkit memberlakukan sistem *lock down* yaitu melarang semua masyarakatnya melakukan aktifitas diluar ruangan dan berkerumun atau berkegiatan seperti biasanya seperti bekerja, sekolah, pergi makan atau kegiatan sosial lainnya demi mencegah agar masyarakat tidak terjangkit virus tersebut sekaligus memutus rantai penyebaran.

Seperti yang kita ketahui bersama, ekonomi adalah salah satu cara masyarakat untuk bertahan hidup agar bisa *survive* dalam berbagai keadaan, terlebih dalam situasi pandemi dunia. Setiap insan memiliki kebutuhan jasmani salah satunya adalah makan. Namun setelah pandemi melanda, masyarakat tak bisa lagi menikmati makan bersama sama teman dan kerabat karena kebijakan dari pemerintah tentang larangan berkerumun. Pada akhirnya setiap individu harus berfikir secara kreatif mengeluarkan ide dan inovasi untuk menciptakan sebuah peluang usaha yang mampu di akses tanpa harus kontak secara langsung atau *offline*.

Kondisi pandemic COVID-19 yang berdampak langsung kepada masyarakat terutama dalam hal ekonomi ini tentunya membuat masyarakat mencoba hal-hal baru untuk memperbaiki kondisi ekonomi yang sedang dihadapi yaitu dengan cara berwirausaha. Kalangan masyarakat yang mencoba berwirausaha

ini tidak hanya dari kalangan karyawan atau ibu rumah tangga tetapi juga para mahasiswa pun turut mencoba untuk berwirausaha.

Kewirausahaan merupakan fenomena global dan semakin global lingkungan ekonomi, sangat penting bagi siswa memperoleh perspektif internasional yang luas untuk mereka studi. Saat ini wirausaha sangat diminati oleh masyarakat, tak terkecuali para *public figure* dan *influencer* media sosial. Bahkan, hasil yang mereka dapatkan dari wirausaha pun cukup menggiurkan. Hal ini secara langsung akan memberikan rasa yakin pada diri mahasiswa dan efikasi diri untuk berwirausaha. (Mitra, 2002)

Efikasi diri atau penguasaan didefinisikan sebagai kemampuan yang dipersepsikan sendiri dalam melaksanakan perilaku tertentu. Persepsi ini mempengaruhi baik permulaan dan ketekunan perilaku dalam situasi tertentu dan berasal dari, di antara faktor-faktor lain, pengetahuan tentang kinerja masa lalu, insentif untuk melakukan perilaku, keterampilan, dan faktor afektif. Efikasi diri ini menjadi sangat penting karena adanya rasa yakin pada diri sendiri bahwa diri kita mampu dan bisa melakukannya akan semakin memperkuat dorongan diri untuk memulai wirausaha (Rosenthal & Fly, 1991).

Faktor lain untuk mengembangkan kewirausahaan mahasiswa adalah motivasi. Menurut Koontz dalam motivasi adalah sebagai reaksi yang dimulai dengan kebutuhan, yang menimbulkan keinginan atau usaha untuk mencapai tujuan, yang selanjutnya menimbulkan ketegangan yaitu keinginan terpenuhi, mengarah pada tindakan yang mengarah pada tujuan dan pada akhirnya memuaskan keinginan. Motivasi merupakan faktor pendorong yang cukup kuat. Motivasi biasanya datang dari diri sendiri, keluarga, maupun idola. (Koontz dalam Suyono & Mudjanarko (2017))

Ketika memulai sebuah wirausaha dengan adanya faktor pendorong, ini akan menjadikan mahasiswa untuk berkreasi dengan menggunakan kreatifitas para mahasiswa untuk menciptakan sebuah produk yang mampu menarik para calon pembeli. Kreativitas adalah evolusi sifat manusia, pusat perkembangan budaya, komunikasi, konsep dan keterampilan sosial, dan semuanya ini diterima sebagai komponen dasar, tetapi perlu, agar masyarakat berguna. Maka, dengan lahirnya sebuah produk dari kreatifitas, lalu yang harus dilakukan selanjutnya adalah pengembangan usaha. (Levick-Parkin, 2014)

Kondisi Covid-19 saat ini memberikan dampak yang cukup buruk terhadap sektor ekonomi, sehingga beberapa mahasiswa memutuskan untuk mencoba berwirausaha. Faktor pendorong seperti adanya efikasi diri, motivasi dan kreatifitas pada mahasiswa, ini akan melahirkan produk-produk yang dapat menarik perhatian para calon pembeli, serta pengembangan usaha untuk keberlangsungan usaha tersebut. Oleh karena itu, peneliti akan melanjutkan penelitian dengan judul “Meningkatkan Kreatifitas Dalam Berwirausaha Mahasiswa Di Masa Pandemi COVID-19”.

Tinjauan Literatur

Efikasi Diri

Efikasi diri atau penguasaan didefinisikan sebagai kemampuan yang dipersepsikan sendiri dalam melaksanakan perilaku tertentu. Persepsi ini mempengaruhi baik permulaan dan ketekunan perilaku dalam situasi tertentu dan berasal dari, di antara faktor-faktor lain, pengetahuan tentang kinerja masa lalu, insentif untuk melakukan perilaku, keterampilan, dan faktor afektif (Rosenthal & Fly, 1991). Efikasi diri adalah komponen kunci dalam kinerja, merancang pelatihan untuk membangun efikasi diri pada tingkat yang relatif spesifik dan lebih umum dari spesifisitas menawarkan potensi untuk meningkatkan kinerja saat ini (Schwoerer et al., 2005).

Efikasi diri dipengaruhi oleh pengalaman dan atribut seseorang serta oleh aspek situasi tugas. Keyakinan seseorang pada kemampuan seseorang untuk melakukan tugas akan membantu menentukan jumlah upaya dan ketekunan yang digunakan. Dengan demikian, kekuatan efikasi diri akan mempengaruhi kinerja. Pengalaman sebelumnya tetap menjadi prediktor terbaik dari persepsi efikasi diri (Wolf, 1997). Efikasi diri merupakan keyakinan seseorang tentang kemampuan dirinya untuk menghasilkan tingkat kinerja yang telah ditentukan yang mana dapat memberikan pengaruh atas suatu peristiwa yang mempengaruhi kehidupannya (Bandura, 1994). Efikasi diri adalah keyakinan persuasif yang sangat sentral tentang kemampuan orang bahwa mereka dapat mengontrol tingkat fungsi mereka sendiri dan peristiwa yang mempengaruhi kehidupan mereka (Derya, 2000).

Efikasi diri memiliki 4 fungsi (Bandura, 1994), yaitu fungsi kognitif, fungsi motivasi, fungsi afeksi, dan fungsi selektif. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan (Santoso et al., 2018) yang menyatakan

bahwa efikasi diri dan motivasi berpengaruh secara positif signifikan. Hasil penelitian (Hapsah & Savira, 2015) juga menyatakan bahwa efikasi diri dan kreatifitas memiliki pengaruh yang positif signifikan. Berdasarkan uraian diatas, penulis menyampaikan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Ada pengaruh langsung efikasi diri terhadap motivasi

H2 : Ada pengaruh langsung efikasi diri terhadap kreatifitas

Motivasi

Motivasi merupakan sebuah kekuatan yang dapat menyebabkan seseorang berperilaku secara khusus dan mampu memperdayakan diri sendiri dan orang lain untuk mencapai hasil yang tinggi dan maksimal (Tohidi & Jabbari, 2012). Motivasi adalah cara untuk meningkatkan rasa antusias yang tinggi pada diri seseorang atau kelompok untuk mencapai tujuan dan memuaskan kebutuhan individu (Islam et al., 2014).

Motivasi adalah kekuatan, arah perilaku seseorang dan faktor-faktor yang mempengaruhi individu untuk berperilaku dengan cara tertentu. Seorang individu termotivasi ketika mereka berharap bahwa suatu tindakan dapat mengarah pada tujuan dan nilai yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Armstrong & Taylor, 2014). Motivasi adalah hal yang paling penting bagi setiap organisasi publik atau sektor swasta. Untuk keberhasilan setiap organisasi motivasi memainkan peran penting (ZAMEER et al., 2014). Motivasi adalah sesuatu yang menggerakkan seseorang untuk bertindak dan melanjutkannya penyebab tindakan yang sudah dimulai (Ricard, 2014). Motivasi dapat didefinisikan sebagai proses psikologis internal yang terjadi pada beberapa tingkat kesadaran manusia, mengaktifkan tindakan individu, dan mengarahkannya untuk mencapai tujuan (Pohanková, 2009).

Motivasi terdiri dari 2 tipe (Armstrong & Taylor, 2014), yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Hierarki kebutuhan terdiri dari 5 (Maslow dalam (Uysal & Genç, 2017)), yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, kebutuhan aktualisasi diri. Berdasarkan hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Wibowo et al., 2020) yang menyatakan bahwa motivasi dan kreatifitas berpengaruh positif signifikan.

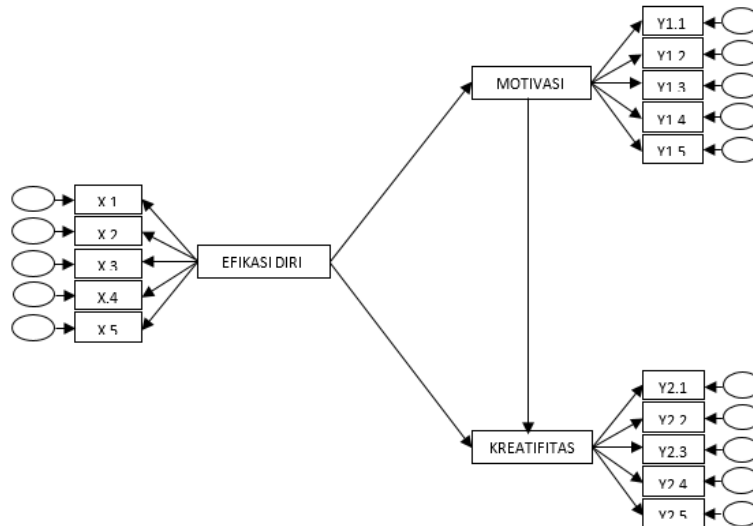
H3 : Ada pengaruh langsung motivasi terhadap kreatifitas

Kreatifitas

Kreativitas adalah proses yang menghasilkan karya baru yang diterima sebagai berguna, dapat dipertahankan, atau memuaskan oleh sekelompok orang yang signifikan pada suatu saat. Sebagai sebuah proses, ia terdiri dari tahap-tahap yang tumpang tindih—pembentukan hipotesis, pengujian hipotesis, dan komunikasi hasil—semuanya mengikuti tahap persiapan atau pendidikan yang tidak selalu merupakan bagian unik dari proses kreatif (Kover & Stein, 1975). Kreativitas pribadi adalah: proses menjadi peka atau sadar akan masalah, kekurangan, dan kesenjangan dalam pengetahuan yang tidak ada solusi yang dipelajari; menyatukan informasi yang ada dari penyimpanan memori atau eksternal; mendefinisikan kesulitan atau mengidentifikasi elemen yang hilang; mencari solusi, membuat tebakan, menghasilkan alternatif untuk memecahkan masalah; pengujian dan menguji ulang alternatif ini; dan menyempurnakannya dan akhirnya mengkomunikasikan hasilnya (Morrison & Johnston, 2003). Kreativitas adalah evolusi sifat manusia, pusat perkembangan budaya, komunikasi, konsep dan keterampilan sosial, dan semuanya ini diterima sebagai komponen dasar, tetapi perlu, agar masyarakat berguna (Levick-Parkin, 2014). Kreativitas didefinisikan sebagai kecenderungan untuk menghasilkan atau mengenali ide, alternatif, atau kemungkinan yang mungkin berguna dalam memecahkan masalah, berkomunikasi dengan orang lain, dan menghibur diri sendiri. dan lain-lain dan kreativitas juga merupakan kemampuan untuk memunculkan ide baru dan mengidentifikasi cara-cara baru dan berbeda dari cara melihat masalah dan peluang (Workie et al., 2019).

Terdapat 5 tingkat *Taxonomy of Creative Design* (Nillson dalam (Yu, 2015)) yaitu imitasi, variasi, kombinasi, transformasi, *original creativity*. Terdapat 5 langka dalam proses kreatif (Workie et al., 2019), yaitu peluang atau pengenalan masalah, pedalaman, inkubasi, wawasan, verifikasi dan penerapan. Indikator kreatifitas yaitu Ide Umum, Pengalaman, Ketekunan, Pengaruh (Vandeleur, 2001).

H4 : Ada pengaruh tidak langsung efikasi diri terhadap kreatifitas melalui motivasi.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan melakukan penelitian survey berdasarkan data dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis SEM (*Structural Equation Model*) yang dioperasikan melalui program LISREL (*Linear Structural Relationship*). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa-mahasiswi STEIN, AKPINDO, UHAMKA, BINUS dan UNISBA yang dilakukan pada bulan Mei 2021. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 257 mahasiswa yang berwirausaha. Setelah melalui proses outliers, terbuang 10 responden, sehingga data sisa adalah 247 responden. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah teknik aksidental dengan menggunakan kuisisioner yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya.

Results and Discussion

Deskripsi Responden

Tabel 1. Deskripsi Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Laki – Laki	93	37,7
Perempuan	154	62,7
Total	247	100
Usia		
< 20 tahun	70	28,3
21-30 tahun	177	71,7
Total	247	100
Kepemilikan Usaha		
Sebelum Pandemi	176	71,3
Sesudah Pandemi	71	28,7
Total	247	100
Dampak Pandemi		
Dampak Positive	74	30
Dampak Negative	173	70
Total	247	100

Sumber: Angket, 2021

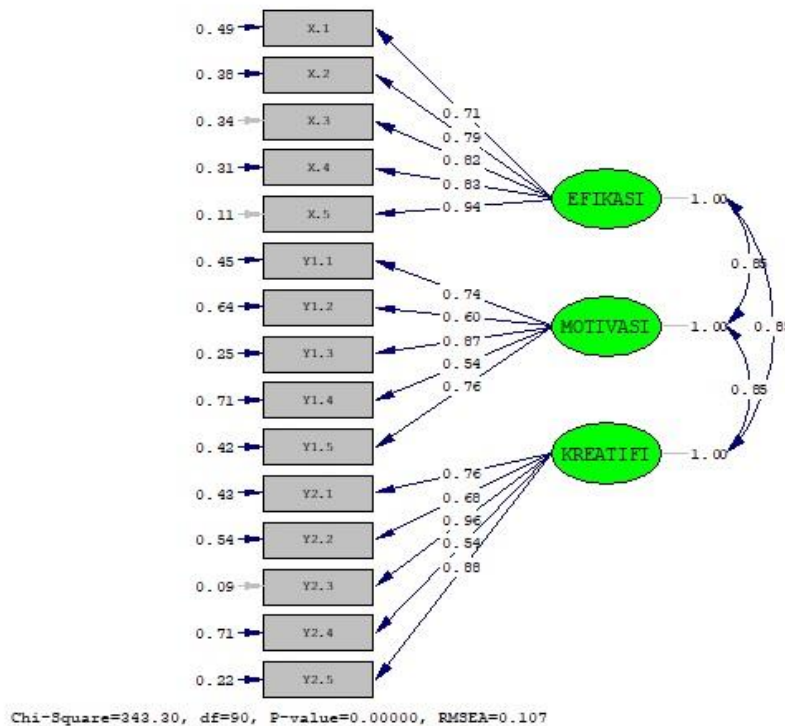
Berdasarkan tabel 1 jenis kelamin yang dominan adalah perempuan sebanyak 154 orang (62,7%). Hal ini dikarenakan responden yang ditemui oleh peneliti mayoritas perempuan. Kelompok usia yang dominan adalah 21- 30 tahun sebanyak 177 orang (71,7%). Hal ini dikarenakan usia mayoritas mahasiswa berada pada usia 21 sampai dengan 30 tahun. Responden memiliki usaha yang dominan adalah sebelum pandemi sebanyak 176 orang (71,3%). Hal ini terjadi dikarenakan minat usaha mahasiswa ternyata sudah ada sebelum adanya pandemi. Dampak pandemi terhadap usaha yang dominan adalah dampak negative sebanyak 173 orang (70%). Hal ini terjadi dikarenakan dampak pandemi ini secara langsung mempengaruhi ekonomi masyarakat sehingga ini memberikan dampak buruk terhadap usahanya.

Multivariat Outlier

Menggunakan microsoft excel dengan rumus = $CHIINV(0,001,20)$ diperoleh nilai 45,31475 Kemudian pemeriksaan multivariat outlier diolah dengan bantuan software SPSS 24. Berdasarkan hasil, terdapat data outlier pada responden ke-7, 15, 27, 61, 85, 98, 110, 166, 197, 225 dengan nilai mahalanobis distance lebih besar dari nilai chisquare table (45,31475), maka H_0 ditolak (data mengandung multivariate outlier). Oleh karena itu, untuk membuat H_0 diterima (tidak ada outlier multivariate) dengan cara menghilangkan data outlier sehingga data menjadi 247 (data terlampir).

Evaluasi Model

Uji Kecocokan Model Pengukuran (Uji Validitas)



Gambar 2.
Standardized

Nilai
Loading Factor

(SLF) model CFA
Sumber: Output LISREL (2021)

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa semua variabel yang teramati tersebut telah memiliki *standarized loading factor* bernilai $\geq 0,50$. Secara statistik *standarized loading factor* di atas sudah dinilai valid dan signifikan.

Goodness of Fit CFA (Confirmatory Factor Analysis)

Tabel 2. *Goodness of Fit Model*

UKURAN Goodness Of Fit	Target Kecocokan	Hasil	Keterangan
Minimum Fit Function Chi-Square	P Value > 0.05	0,00	not fit
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	≤ 0,08 adalah (<i>good fit</i>), jika RMSEA < 0.05 adalah <i>close fit</i>	0,110	close fit
Normed Fit Index (NFI)	≥ 0.90	0,95	good fit
Non-Normed Fit Index (NNFI)	≥ 0.90	0,96	good fit
Comparative Fit Index (CFI)	≥ 0.90	0,96	good fit
Incremental Fit Index (IFI)	≥ 0.90	0,96	good fit
Relative Fit Index (RFI)	≥ 0.90	0,94	good fit
Root Mean Square Residual (RMR)	≤ 0.10	0,056	good fit
Standarized RMR	≤ 0.10	0,11	close fit
Goodness of Fit Index (GFI)	≥ 0.90	0,6	close fit
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)	0.80 ≤ AGFI ≤ 0.90	0,45	close fit

Sumber : Olah data LISREL (2021)

Dari tabel 2 diperoleh hasil GoF bahwa model menunjukkan tingkat kecocokan yang dapat diterima. Hampir semua GoF menunjukkan tingkat kecocokan “good fit” (hasil analisis memenuhi syarat *goodness of measurement*) hanya 4 kategori yang menunjukkan *closed fit*. Uji kecocokan CFA digunakan untuk menguji apakah model yang dispesifikasikan pada tahap CFA yaitu hubungan kausal antar setiap variabel latent dengan indikatornya dapat diterima. Model yang dapat diterima menunjukkan tingkat kecocokan antara data empiris dengan model konseptual.

Uji Reliabilitas (Measurement Model)

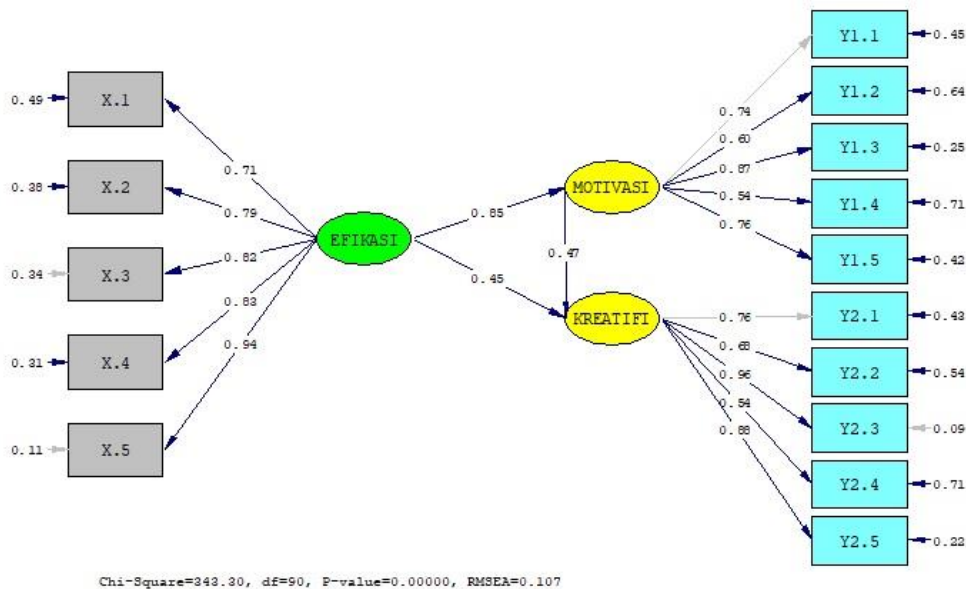
Tabel 3. Uji Reliabilitas (*Measurement Model*)

Indikator	Standarized Loading	Error Variance	T-Statistik	Construct Reliability	Average Variance Extracted	Discriminat Validity
X.1	0,71	0,49	10,95	0,67	0,83	0,91
X.2	0,79	0,38	16,77			
X.3	0,82	0,34	10,44			
X.4	0,83	0,31	18,64			
X.5	0,94	0,11	29,04			
Y1.1	0,74	0,45	16,35	0,51	0,74	0,86
Y1.2	0,6	0,64	9,33			
Y1.3	0,87	0,25	23,33			
Y1.4	0,54	0,71	8,98			
Y1.5	0,76	0,42	14,69			
Y2.1	0,76	0,43	12,79	0,60	0,79	0,88
Y2.2	0,68	0,54	11,23			
Y2.3	0,96	0,09	34,47			
Y2.4	0,54	0,71	8,37			
Y2.5	0,88	0,22	23,69			

Sumber : Olah data LISREL (2021)

Dari tabel 3 hasil pengolahan *Construct Reliability* dapat dilihat bahwa nilai CR sudah memiliki kriteria yang baik karena semua bernilai $\geq 0,70$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa reliabilitas model pengukuran ini baik dan didukung dengan data yang diperoleh dan juga nilai *Variance Extracted* memiliki kriteria yang baik karena semua nilai $VE \geq 0,50$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa VE model pengukuran ini baik dan didukung dengan data yang diperoleh.

Analisis Full Model – Structural Equation Modeling



Gambar 3. Structural Equation Modeling Berdasarkan Standardized
Sumber: Output LISREL (2021)

Berdasarkan gambar 3 semua variabel yang teramati secara statistik dengan tingkat signifikansi sebesar 5% sudah dinilai valid. Hal ini dikarenakan semua variabel teramati dalam model pengukuran standarized loading factor bernilai $\geq 0,50$. Secara statistik standarized loading factor di atas sudah dinilai valid dan signifikan. Uji kelayakan model menunjukkan bahwa model sesuai dengan data atau fit terhadap data yang digunakan dalam penelitian, kesesuaian tersebut, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Goodness of Fit Full Model

UKURAN Goodness Of Fit	Target Kecocokan	Hasil	Keterangan
Minimum Fit Function Chi-Square	P V lue > 0.05	0,00	not fit
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	$\leq 0,08$ adalah (<i>good fit</i>), jika $RMSEA < 0.05$ adalah <i>close fit</i>	0,110	close fit
Normed Fit Index (NFI)	≥ 0.90	0,95	good fit
Non-Normed Fit Index (NNFI)	≥ 0.90	0,96	good fit
Comparative Fit Index (CFI)	≥ 0.90	0,96	good fit
Incremental Fit Index (IFI)	≥ 0.90	0,96	good fit
Relative Fit Index (RFI)	≥ 0.90	0,94	good fit

Root Mean Square Residual (RMR)	≤ 0.10	0,056	good fit
Standarized RMR	≤ 0.10	0,11	close fit
Goodness of Fit Index (GFI)	≥ 0.90	0,6	close fit
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)	$0.80 \leq AGFI \leq 0.90$	0,45	close fit

Sumber : Olah data LISREL (2021)

Hasil analisis pengolahan data terlihat bahwa semua konstruk yang digunakan untuk membentuk sebuah model penelitian, pada proses analisis full model SEM telah memenuhi kriteria goodness of fit yang telah ditetapkan.

Signifikansi Parameter

Tabel 5. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Path	Estimasi	Nilai-T	Nilai Kritis	Kesimpulan	Keterangan
Efikasi Diri (X) → Motivasi (Y1)	0,85	12,03	1,96	Signifikan	Hipotesis Diterima
Efikasi Diri (X) → Kreatifitas (Y2)	0,45	2,88	1,96	Signifikan	Hipotesis Diterima
Motivasi (Y1) → Kreatifitas (Y2)	0,47	2,90	1,96	Signifikan	Hipotesis Diterima
Efikasi Diri (X) → Motivasi (Y1) → Kreatifitas	0,1797	3,00	1,96	Signifikan	Hipotesis Diterima

Sumber : Olah data LISREL (2021)

Dalam penelitian ini terdapat empat hipotesis. Analisis pengujian hipotesis dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% sehingga menghasilkan nilai kritis adalah 1,96. Hipotesis diterima apabila t-value yang didapat $\geq 1,96$. Sedangkan hipotesis ditolak apabila t-value yang didapat $\leq 1,96$. Berdasarkan t-value, dilakukan uji hipotesis untuk melihat apakah model yang diusulkan didukung oleh data. Berdasarkan tabel 5, dapat dijelaskan hasil hipotesis model penelitian sebagai berikut :

Berdasarkan hasil tabel 5 diperoleh t-value sebesar 12,03, nilai t-value $\geq 1,96$ yang berarti hipotesis diterima. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan ada pengaruh langsung antara efikasi terhadap motivasi dapat terbukti. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Santoso et al., 2018) (Putry et al., 2020) yang menyatakan bahwa efikasi diri dan motivasi berpengaruh secara positif signifikan, bisa dikatakan bahwa efikasi diri seseorang menjadi faktor yang berpengaruh dalam membentuk sikap dan motivasi seseorang dalam berwirausaha.

Dari tabel 5 diperoleh t-value sebesar 2,88, nilai t-value $\geq 1,96$ yang berarti hipotesis diterima. Sehingga hipotesis yang menyatakan ada pengaruh langsung antara efikasi terhadap kreatifitas dapat terbukti. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian (Hapsah & Savira, 2015) (Karyaningsih & Agus, 2017) yang menyatakan bahwa efikasi diri dan kreatifitas memiliki pengaruh yang positif signifikan. Individu yang memiliki ide yang baru serta siap untuk menghadapi segala resiko yang ada akan lebih bisa untuk mempertaruhkan modalnya dalam berwirausaha sehingga memiliki minat berwirausaha yang besar.

Terlampir pada hasil tabel 5, diperoleh t-value sebesar 2,90, nilai t-value $\geq 1,96$ yang berarti hipotesis diterima. Sehingga hipotesis yang menyatakan ada pengaruh langsung antara motivasi terhadap kreatifitas dapat terbukti. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wibobo et.al (2020) yang menyatakan bahwa motivasi dan kreatifitas berpengaruh positif signifikan. Motivasi merupakan hal yang berpengaruh terhadap kreatifitas pada diri. Semakin tinggi motivasi seseorang akan meningkatkan kreatifitas diri.

Berdasarkan hasil penelitian, variable efikasi diri secara tidak langsung berpengaruh terhadap kreatifitas melalui motivasi sebesar 0,18. Nilai ini diperoleh dari perkalian antara koefisien efikasi diri terhadap motivasi dengan koefisien efikasi diri terhadap kreatifitas dan koefisien motivasi terhadap kreatifitas yaitu $0,85 \times 0,45 \times 0,47 = 0,18$. Diperoleh juga t-value sebesar 3,00, nilai t-value $\geq 1,96$ yang menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Efikasi diri adalah bentuk keyakinan diri terhadap suatu hal, dengan

adanya efikasi diri dalam diri mahasiswa, secara langsung akan mempengaruhi diri dalam mengambil keputusan. Dengan adanya efikasi diri, maka kreatifitas dalam diri mahasiswa akan lebih meningkat, karena semakin tinggi efikasi diri, maka akan semakin tinggi pula tingkat kreatifitas pada diri seseorang. Hal ini dipacu melalui motivasi karena motivasi terbentuk dari tujuan atau pencapaian seseorang.

Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 6. Korelasi dan Determinasi (R²)

<i>Path</i>	Kolerasi	Determinasi	Keterangan
Efikasi (X) → Motivasi (Y1)	0,28	0,72	Lemah
Efikasi (X) → Kreatifitas (Y2)	0,28		Lemah
Motivasi (Y1) → Kreatifitas (Y2)	0,85		Sangat Kuat

Sumber : Olah data LISREL (2021)

Berdasarkan hasil analisis tabel 6 nilai koefisien kolerasi parsial pada variabel efikasi diri dengan motivasi adalah 0,28. Artinya terdapat hubungan yang nyata namun lemah antara variabel efikasi diri dan motivasi. Nilai positif pada tabel menunjukkan hubungan searah, memperlihatkan bahwa efikasi diri yang baik dalam diri seseorang akan menjadi faktor pendukung terbentuknya yang baik juga dalam diri.

Berlandaskan pada hasil analisis tabel 6 Nilai koefisien kolerasi parsial variable efikasi diri dengan kreatifitas sebesar 0,28. Artinya terdapat hubungan yang nyata namun lemah antara variabel efikasi diri dengan kreatifitas. Nilai positif pada tabel menunjukkan hubungan searah, memperlihatkan bahwa efikasi diri yang baik dalam diri seseorang akan mempengaruhi dan meningkatkan kreatifitas pada diri seseorang.

Bersumber pada hasil analisis tabel 6 Nilai koefisien kolerasi parsial variabel motivasi dengan kreatifitas sebesar 0,85. Artinya terdapat hubungan yang nyata dan sangat kuat antara variabel motivasi dengan kreatifitas. Nilai positif pada tabel menunjukkan hubungan searah, memperlihatkan bahwa motivasi diri seseorang akan memberikan pengaruh terhadap kreatifitas seseorang, semakin tinggi motivasi diri seseorang akan semakin meningkatkan kreatifitas.

Dalam penelitian ini kreatifitas dibentuk oleh efikasi diri dan motivasi sebesar 0,72 (72%). Hal ini sesuai dengan penelitian (Putry et al., 2020) Seseorang yang memiliki efikasi diri yang kuat akan merasa lebih percaya diri dalam memulai suatu usaha. Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi efikasi diri adalah kreatifitas (Hapsah & Savira, 2015). Sisanya sebesar 0,28% dibentuk oleh variable lain yang tidak dijelaskan dalam model penelitian ini, seperti: kompetensi dan minat usaha.

Kesimpulan

Setelah melakukan analisis dan pembahasan, peneliti merumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

Efikasi diri berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi diri dalam berwirausaha mahasiswa dengan t-value sebesar 12,03. Hubungan antara variabel efikasi diri terhadap motivasi bersifat lemah dengan nilai kolerasi sebesar 0,28. Efikasi diri berpengaruh secara signifikan terhadap kreatifitas dalam berwirausaha mahasiswa dengan t-value sebesar 2,88. Hubungan variabel efikasi diri terhadap kreatifitas bersifat lemah dengan nilai kolerasi sebesar 0,28. Motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap kreatifitas dalam berwirausaha mahasiswa dengan t-value sebesar 2,90. Hubungan variable motivasi dengan kreatifitas bersifat sangat kuat dengan nilai kolerasi 0,85. Berdasarkan hasil penelitian efikasi diri berpengaruh tidak langsung terhadap motivasi melalui kreatifitas dalam berwirausaha mahasiswa dengan nilai t-value sebesar 3,00.

Saran dan masukan yaitu efikasi diri pada mahasiswa harus semakin ditingkatkan agar dapat mampu mendorong motivasi mahasiswa untuk semakin meningkatkan kreatifitas pada diri dalam berwirausaha. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya dilibatkan faktor lainnya seperti kompetensi dan inovasi.

Daftar Pustaka

- Ahmed, I., Qazi, T. F., & Jabeen, S. (2011). Self-Efficacy : The Predictor of Educational Performance among University Student. 3(2), 57–62.
- Armstrong, M., & Taylor, S. (2014). Armstrong’s Handbook of Human Resource Management 13th Edition. In Armstrong’s Handbook of Human Resource Management. <https://doi.org/10.4135/9780857021496>
- Bandura, A. (1994). Self-Efficacy. International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences: Second Edition, 4(1994), 504–508. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.25033-2>
- Bornstein, M. H. (2018). The SAGE Encyclopedia of Lifespan Human Development. The SAGE Encyclopedia of Lifespan Human Development, March. <https://doi.org/10.4135/9781506307633>
- Derya, E. (2000). the Concept of Self-Efficacy and Self-Efficacy-Performance Relationship. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 55(4), 1. https://doi.org/10.1501/sbfder_0000001924
- Drnovšek, M., Wincent, J., & Cardon, M. S. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and business start-up: Developing a multi-dimensional definition. International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, 16(4), 329–348. <https://doi.org/10.1108/13552551011054516>
- Fagley, N. S. (2018). Appreciation (Including Gratitude) and Affective Well-Being: Appreciation Predicts Positive and Negative Affect Above the Big Five Personality Factors and Demographics. SAGE Open, 8(4). <https://doi.org/10.1177/2158244018818621>
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Universitas Diponegoro.
- Greenacre, L., Tung, N. M., & Chapman, T. (2014). Self confidence, and the ability to influence. Academy of Marketing Studies Journal, 18(2), 169–180.
- Hapsah, R., & Savira, S. I. (2015). Hubungan Antara Self Efficacy Dan Kreativitas Dengan Minat Berwirausaha. Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan, 5(2), 80. <https://doi.org/10.26740/jptt.v5n2.p80-89>
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). Entrepreneurship (10th ed).
- Howard, M. C., & Crayne, M. P. (2019). Persistence: Defining the multidimensional construct and creating a measure. Personality and Individual Differences, 139(March), 77–89. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.11.005>
- Islam, S., Haque, F., & Haque, A. (2014). Motivational Theories – A Critical Analysis Motivational Theories – A Critical Analysis. Psychology, 8(June), 62–68. <https://www.researchgate.net/publication/306255973>
- Jöreskog, K. G., Olsson, U. H., & Wallentin, F. Y. (2016). Multivariate Analysis with LISREL. Springer.
- Karyaningsih, R. P. D., & Agus, W. (2017). Hubungan Kreativitas, Efikasi Diri dan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa. Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB), 5(2), 162–175. <https://doi.org/10.21009/jpeb.005.2.4>
- Kollie, J., Wilhelmina, L., Rammuso, M., Vinah, N., Maria, L., Raymond, O., Jacqueline, P.-R., Sui, T., Tsiu, M., Catherine, D., & Roger, P. (2011). VUSSC - Intro to Entrepreneur (1st ed.).
- Kover, A. J., & Stein, M. J. (1975). Stimulating Creativity, Volume 1: Individual Procedures. Administrative Science Quarterly, 20(4), 649. <https://doi.org/10.2307/2392036>
- Legault, L. (2020). Encyclopedia of Personality and Individual Differences. Encyclopedia of Personality and Individual Differences, November 2016. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8>
- Levick-Parkin, M. (2014). Creativity, the Muse of Innovation: How Art and Design Pedagogy Can Further Entrepreneurship. Industry and Higher Education, 28(3), 163–169. <https://doi.org/10.5367/ihe.2014.0202>
- Malderez, A. (2003). Observation. ELT Journal, 57(2), 179–181. <https://doi.org/10.1093/elt/57.2.179>
- Mamabolo, M. A., Kerrin, M., & Kele, T. (2017). Entrepreneurship management skills requirements in an emerging economy: A South African outlook. The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management, 9(1), 10. <https://doi.org/10.4102/sajesbm.v9i1.111>
- Mitra, J. (2002). Consider Velasquez: Reflections on the Development of Entrepreneurship Programmes. Industry and Higher Education, 16(3), 191–202. <https://doi.org/10.5367/000000002101296289>

- Morrison, A., & Johnston, B. (2003). Personal Creativity for Entrepreneurship. *Active Learning in Higher Education*, 4(2), 145–158. <https://doi.org/10.1177/1469787403004002003>
- Mukti, B., & Tentama, F. (2020). Construction of self-efficacy scale: A psychometric study for students. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(1), 590–595.
- O'Brien, J. F. (1939). A definition and classification of the forms of discussion. *Quarterly Journal of Speech*, 25(2), 236–243. <https://doi.org/10.1080/00335633909380464>
- Pohanková, A. (2009). Motivation Program As Basis for Successful Motivating in the Organization. III.
- Pratibha, M. (2017). Promoting Self-Learning in Developing Communication Skills of Technical Students. *IRA International Journal of Education and Multidisciplinary Studies (ISSN 2455-2526)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.21013/jems.v6.n1.p1>
- Putry, N. A. C., Wardani, D. K., & Jati, D. P. (2020). Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 6(1), 14–24. <https://doi.org/10.29303/jseh.v6i1.71>
- Raza, S. A., Qazi, W., & Shah, N. (2018). Factors affecting the motivation and intention to become an entrepreneur among business university students. *International Journal of Knowledge and Learning*, 12(3), 221–241. <https://doi.org/10.1504/IJKL.2018.092315>
- Ricard, B. (2014). The Effect of Motivation on Employees Performance : Empirical Evidence From The Brong Ahafo Education Directorate. <https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-hareketli-hayat-db/Yayinlar/kitaplar/diger-kitaplar/TBSA-Beslenme-Yayini.pdf>
- Rosenthal, D., & Fly, I. (1991). Adolescent Self-efficacy , Self-esteem and Sexual Risk- taking. I(April), 77–88.
- Roth, W. M., & Jornet, A. (2014). Toward a Theory of Experience. *Science Education*, 98(1), 106–126. <https://doi.org/10.1002/sce.21085>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54–67. <https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1020>
- Santoso, S., Sutedjo, B., & Oetomo, D. (2018). Influence of Motivation and Self-Efficacy on Entrepreneurial Intention to Run a Business. *Expert Journal of Marketing*, 6(1), 14–21.
- Schwoerer, C. E., May, D. R., Hollensbe, E. C., & Mencl, J. (2005). General and specific self-efficacy in the context of a training intervention to enhance performance expectancy. *Human Resource Development Quarterly*, 16(1), 111–129. <https://doi.org/10.1002/hrdq.1126>
- Shava, H., & Chinyamurindi, W. T. (2019). The influence of economic motivation, desire for independence and self-efficacy on willingness to become an entrepreneur. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.4102/sajesbm.v11i1.234>
- Siregar, S. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. Fajar Interpratama Mandiri.
- Steenburgh, J. J. Van, Fleck, J. I., Beeman, M., & Kounios, J. (2006). J. Jason van Steenburgh, Jessica I. Fleck, Mark Beeman, and John Kounios. 475–491.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Suyono, J., & Mudjanarko, S. W. (2017). Motivation Engineering to Employee by Employees Abraham Maslow Theory. *JETL (Journal Of Education, Teaching and Learning)*, 2(1), 86. <https://doi.org/10.26737/jetl.v2i1.141>
- Taufik, A., Azhad, M. N., & Hafidzi, A. H. (2018). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 3(1), 86. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v3i1.1881>
- Tohidi, H., & Jabbari, M. M. (2012). The effects of motivation in education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 31(2011), 820–824. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.12.148>
- Uysal, & Genç. (2017). Maslow ' S Hierarchy of Needs in 21St Century : the Examination of. *Researches on Science and Art in 21st Century Turkey*, April 2018, 211–227.
- Vandeleur, S. (2001). Indicators of creativity in a technology class: a case study. *South African Journal of Education*, 21(4), 268–272.
- Wibowo, W., Harini, D., & Punama DW, A. N. (2020). Pengaruh Kreatifitas dan Motivasi Terhadap Mahasiswa Memasuki Dunia Usaha. 68(1), 1–12.

- <http://dx.doi.org/10.1016/j.ndteint.2014.07.001><https://doi.org/10.1016/j.ndteint.2017.12.003>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.matdes.2017.02.024>
- Wiklund, J., Yu, W., & Patzelt, H. (2018). Impulsivity and entrepreneurial action. *Academy of Management Learning and Education*, 17(3), 379–403. <https://doi.org/10.5465/amp.2016.0177>
- Wolf, K. N. (1997). Predicting positive self-efficacy in group problem solving. *Human Resource Development Quarterly*, 8(2), 155–169. <https://doi.org/10.1002/hrdq.3920080209>
- Workie, B., Chane, M., Mohammed, M., & Birhanu, T. (2019). Ministry of Science and Higher Education (MoSHE) : Entrepreneur Ecosystem. In ministry of Science and Higher Education (Issue September).
- Yamin, M. (2013). *Strategi dan Metode dalam Model Pembelajaran*. GP Press group.
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2009). *SPSS Complete:Teknik Analisis. Statistik Terlengkap Dengan Software SPSS*. Salemba Infotek.
- Yu, J. W. (2015). The three factors of creativity management: Visual, number, and word creativity. *DLSU Business and Economics Review*, 25(1), 63–80.
- ZAMEER, H., Alireza, S., NISAR, W., & AMIR, M. (2014). The Impact of the Motivation on the Employee's Performance in Beverage Industry of Pakistan. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 4(1), 293–298. <https://doi.org/10.6007/ijarafms/v4-i1/630>