

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Efikasi Diri**

##### **2.1.1 Pengertian Efikasi Diri**

Efikasi diri merupakan keyakinan seseorang terhadap kepercayaan atau kemampuannya dalam melakukan suatu tindakan guna menghadapi situasi sehingga dapat memperoleh hasil yang diinginkan atau seperti yang diharapkan (Voder, 2023). Bandura (1977) pertama kali memperkenalkan konsep ini sebagai "keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk menjalankan tindakan yang diperlukan dalam menghadapi situasi prospektif tertentu." Komarraju et al. (2023) memperkuat konsep ini dengan menegaskan bahwa efikasi diri akademik berperan sebagai prediktor penting dalam motivasi dan prestasi mahasiswa, di mana individu dengan efikasi diri yang tinggi menunjukkan keyakinan yang lebih besar terhadap kemampuan mereka dalam menyelesaikan tugas-tugas yang menantang dan memiliki orientasi tujuan yang lebih efektif.

Konsep efikasi diri telah berkembang secara signifikan dalam konteks psikologi kontemporer. Menurut Li et al. (2024), "efikasi diri merupakan konstruk psikologis kritis yang merepresentasikan keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk mengontrol motivasi, perilaku, dan lingkungan sosialnya." Definisi ini memperluas pemahaman tradisional dengan menekankan aspek kontrol yang lebih holistik terhadap lingkungan sosial.

Dalam konteks yang lebih spesifik, penelitian terbaru oleh Xu et al. (2023) mengungkapkan bahwa "efikasi diri mempengaruhi perilaku secara langsung dan melalui efeknya terhadap ekspektasi hasil perilaku, penetapan tujuan yang relevan dan menantang, serta persepsi terhadap hambatan dan fasilitator dari perilaku target." Hal ini menunjukkan bahwa efikasi diri tidak hanya berpengaruh langsung terhadap perilaku, tetapi juga melalui mekanisme mediasi yang kompleks.

Fuller-Tyszkiewicz et al. (2023) dalam studinya tentang hubungan resiprokal antara efikasi diri dan prestasi akademik menegaskan bahwa "efikasi diri merujuk pada penilaian individu terhadap kapabilitasnya untuk melaksanakan rangkaian tindakan yang diperlukan guna mencapai kinerja yang diinginkan." Definisi ini menekankan aspek evaluatif dari efikasi diri yang melibatkan penilaian subjektif individu terhadap kapabilitasnya.

Dalam konteks kewirausahaan, konsep efikasi diri telah diadaptasi menjadi *entrepreneurial self-efficacy* (ESE). Adeniyi (2023) mendefinisikan ESE sebagai "faktor kognitif sosial yang dapat menstimulasi kesiapan memulai usaha," yang menunjukkan peran strategis efikasi diri dalam pembentukan kesiapan berwirausaha. Ferreira-Neto et al. (2023) menambahkan bahwa "efikasi diri secara signifikan mempengaruhi intensi kewirausahaan di kalangan mahasiswa universitas," mengkonfirmasi relevansi konstruk ini dalam konteks pendidikan kewirausahaan.

Berdasarkan sintesis definisi dari berbagai penelitian terbaru, dapat disimpulkan bahwa efikasi diri merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk menjalankan tindakan yang diperlukan guna mencapai

tujuan tertentu, yang melibatkan aspek kognitif, afektif, dan behavioral dalam konteks sosial yang spesifik.

### **2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efikasi Diri**

Bandura (1977) mengidentifikasi empat sumber utama pembentukan efikasi diri yang telah divalidasi secara konsisten dalam penelitian kontemporer. Xu et al. (2023) menegaskan bahwa "efikasi diri, pada gilirannya, memiliki empat sumber: pengalaman penguasaan, pembelajaran vicarious, persuasi verbal, dan kondisi fisiologis serta afektif."

#### **a. Pengalaman Menguasai Sesuatu (*Mastery Experiences*)**

Simply Psychology (2022) menyatakan bahwa "penguasaan tugas yang berhasil merupakan sumber informasi efikasi diri yang paling kuat." Penelitian terbaru oleh Fuller-Tyszkiewicz et al. (2023) mengkonfirmasi bahwa "ketika pengalaman sukses dalam tugas spesifik membangun kepercayaan diri pembelajar terhadap kemampuannya untuk mencapai tugas serupa di masa depan, hal ini dikenal sebagai pengalaman penguasaan."

Dalam konteks pendidikan tinggi, Rasmussen et al. (2023) menemukan bahwa pengalaman mastery memiliki dampak yang paling signifikan dalam program rehabilitasi vokasional, di mana "Pengalaman Penguasaan dan Kondisi Fisiologis serta Afektif merupakan dua sumber paling berpengaruh dari model efikasi diri Bandura."

### **b. Pengalaman Vicarious (*Vicarious Experiences*)**

*Simply Psychology* (2022) menjelaskan bahwa "mengamati orang lain (model) melakukan tugas dengan sukses dapat meningkatkan keyakinan pengamat terhadap kemampuan mereka sendiri untuk melakukan tugas yang sama, terutama jika mereka memandang model tersebut serupa dengan diri mereka." Bandura (1977) sebagaimana dikutip dalam *Simply Psychology* (2022) menegaskan bahwa "melihat orang-orang yang serupa dengan diri sendiri berhasil melalui upaya yang berkelanjutan meningkatkan keyakinan pengamat bahwa mereka juga memiliki kapabilitas untuk menguasai aktivitas yang sebanding dan berhasil."

Penelitian kontemporer oleh Li et al. (2024) menunjukkan bahwa pengalaman *vicarious* dapat memiliki efek yang bervariasi tergantung pada kondisi psikologis individu, khususnya dalam konteks gejala depresi pada remaja.

### **c. Persuasi Sosial (*Social Persuasion*)**

*Simply Psychology* (2022) mendefinisikan persuasi sosial sebagai "diberi tahu oleh orang lain bahwa seseorang memiliki kapabilitas untuk berhasil dapat meningkatkan efikasi diri. Namun, kekuatan persuasif dari sumber ini bergantung pada kredibilitas, keahlian, dan kepercayaan terhadap persuader."

Dalam konteks pendidikan, penelitian oleh Zhang et al. (2024) menunjukkan bahwa dukungan guru (*teacher support*) berperan sebagai bentuk persuasi sosial yang efektif dalam meningkatkan *academic self-efficacy* mahasiswa EFL.

#### **d. Kondisi Fisiologis dan Emosional (*Physiological and Emotional States*)**

Simply Psychology (2022) menjelaskan bahwa "kondisi fisiologis, seperti kecemasan atau stres, dapat mempengaruhi efikasi diri yang dipersepsikan." Penelitian terbaru oleh Li et al. (2024) mengungkapkan kompleksitas hubungan antara kondisi emosional dan efikasi diri, khususnya bagaimana "depresi mengganggu fungsi kognitif yang terkait dengan pemecahan masalah dan fungsi eksekutif, termasuk memori kerja dan fleksibilitas kognitif."

#### **2.1.3 Dimensi Efikasi Diri**

Bandura (1977) mengidentifikasi tiga dimensi utama efikasi diri yang tetap relevan dalam penelitian kontemporer. Fuller-Tyszkiewicz et al. (2023) mengkonfirmasi validitas dimensi-dimensi ini dalam konteks prestasi akademik:

**1. Tingkatan (*Level/Magnitude*)** Dimensi ini berkaitan dengan derajat kesulitan tugas ketika individu merasa mampu untuk melakukannya. Xu et al. (2023) menunjukkan bahwa level efikasi diri bervariasi tergantung pada kompleksitas task yang dihadapi.

**2. Kekuatan (*Strength*)** Dimensi ini berkaitan dengan tingkat kekuatan keyakinan individu mengenai kemampuannya. Penelitian oleh Li et al. (2024) menunjukkan bahwa kekuatan jaringan efikasi diri dapat bervariasi pada individu dengan kondisi psikologis yang berbeda.

**3. Generalisasi (*Generality*)** Dimensi ini berkaitan dengan luas bidang perilaku di mana individu merasa yakin akan kemampuannya. Poluektova et

al. (2023) dalam studinya tentang appraisal theory menunjukkan bahwa generalisasi efikasi diri mempengaruhi cara individu mengevaluasi situasi yang berbeda.

#### **2.1.4 Fungsi Efikasi Diri**

Penelitian kontemporer telah memperluas pemahaman tentang fungsi efikasi diri. Berdasarkan sintesis dari berbagai penelitian terbaru:

**1. Fungsi Kognitif** Zhang et al. (2024) menemukan bahwa "efikasi diri akademik merupakan faktor penting dalam menentukan perjalanan pendidikan mahasiswa. Hal ini memberdayakan mereka untuk menetapkan tujuan yang ambisius, bertahan dalam menghadapi tantangan, dan mengalami tingkat kecemasan yang berkurang." Hal ini menunjukkan bahwa efikasi diri mempengaruhi proses kognitif dalam penetapan tujuan dan strategi pembelajaran.

**2. Fungsi Motivasional** Adeniyi (2023) mengungkapkan bahwa "efikasi diri kewirausahaan secara signifikan meningkatkan kesiapan memulai usaha," menunjukkan peran motivasional efikasi diri dalam konteks kewirausahaan. Ferreira-Neto et al. (2023) menambahkan bahwa efikasi diri "secara signifikan mempengaruhi intensi kewirausahaan di kalangan mahasiswa universitas."

**3. Fungsi Afektif** Li et al. (2024) menunjukkan bahwa "individu dengan efikasi diri yang tinggi lebih cenderung memandang tugas-tugas sulit sebagai tantangan yang harus dikuasai daripada ancaman yang harus dihindari, yang

mengarah pada kerentanan yang lebih rendah terhadap stres dan depresi." Hal ini mengkonfirmasi fungsi regulasi emosional dari efikasi diri.

**4. Fungsi Selektif** Fuller-Tyszkiewicz et al. (2023) menjelaskan bahwa efikasi diri mempengaruhi "jumlah usaha dan ketekunan yang diberikan untuk menyelesaikan tugas," yang menunjukkan peran selektif dalam pemilihan strategi dan alokasi sumber daya.

### **2.1.5 Indikator Efikasi Diri**

Berdasarkan penelitian terbaru, indikator pengukuran efikasi diri telah berkembang. Komarraju, et al. (2023):

- a. Tingkat kepercayaan dalam kemampuan tertentu
- b. Seberapa Kuat keyakinan dalam menghadapi tantangan
- c. Keyakinan bahwa kemampuan tersebut dapat diterapkan diberbagai situasi

## **2.2 Kreativitas**

### **2.2.1 Pengertian Kreativitas**

Kreativitas dalam konteks keilmuan dapat didefinisikan sebagai kapasitas multidimensional individu atau kelompok dalam menghasilkan ide-ide yang bersifat orisinal, inovatif, dan bernilai guna dalam berbagai domain (Hughes et al., 2018; López-Martínez et al., 2024). Menurut López-Martínez et al. (2024), "kreativitas sebagai konstruk psikologis tidak dapat diamati secara langsung, sehingga dalam berbagai tes yang ada untuk mengukur kreativitas, serangkaian indikator yang dapat diamati telah dibatasi". Kreativitas adalah kemampuan individu atau kelompok dalam menghasilkan ide yang bersifat

orisinal, inovatif, dan bernilai guna dalam berbagai domain. (Hughes, D. J., Lee, A., Tian, A. W., Newman, A., & Legood, A. 2019).

Definisi kreativitas telah mengalami evolusi signifikan dalam literatur akademik. Secara tradisional, kreativitas didefinisikan berdasarkan dua kriteria utama: *novelty* (kebaruan) dan *usefulness* (kegunaan). Rietzschel (2005) menegaskan bahwa "untuk dianggap kreatif, suatu ide harus bersifat novel dan sekaligus feasible daripada sekedar tidak biasa atau novel". Definisi ini kemudian diperkaya oleh penelitian kontemporer yang mengintegrasikan aspek kognitif, afektif, dan konatif dalam proses kreatif.

Sternberg dan Lubart (1999) mengembangkan konsep kreativitas sebagai "kemampuan untuk menghasilkan karya yang bersifat novel (orisinal, tidak terduga) dan sesuai (berguna, memenuhi kendala tugas)". Definisi ini menekankan bahwa kreativitas bukan hanya tentang menghasilkan ide yang unik, tetapi juga ide yang memiliki nilai praktis dan dapat diimplementasikan dalam konteks tertentu.

Dalam perkembangan terbaru, Hsiang et al. (2020) mendefinisikan kreativitas sebagai "keterampilan mental yang dihasilkan dari penerapan proses kognitif biasa seperti memori kerja, dan kemampuan untuk mengkategorikan dan memanipulasi objek". Definisi ini menekankan bahwa kreativitas bukanlah kemampuan mistis yang hanya dimiliki oleh individu tertentu, melainkan hasil dari proses kognitif yang dapat dipelajari dan dikembangkan.

Beberapa teori kontemporer mendefinisikan kreativitas sebagai kombinasi dari pemikiran divergen dan konvergen. Pemikiran divergen memungkinkan

seseorang untuk mengeksplorasi berbagai kemungkinan solusi dan menghasilkan ide-ide alternatif, sementara pemikiran konvergen membantu dalam mengevaluasi dan menyaring ide-ide tersebut untuk menemukan solusi yang paling optimal (Weiss et al., 2021).

Amabile (1997) mengembangkan model *componential theory* yang mendefinisikan kreativitas sebagai hasil interaksi antara tiga komponen: *domain-relevant skills* (keterampilan yang relevan dengan domain), *creativity-relevant processes* (proses yang relevan dengan kreativitas), dan *task motivation* (motivasi tugas). Model ini menunjukkan bahwa kreativitas merupakan fenomena kompleks yang melibatkan aspek pengetahuan, keterampilan, dan motivasi.

## **2.2.2 Tujuan dan Manfaat Kreativitas**

### **Tujuan Kreativitas dalam Konteks Pendidikan**

Pengembangan kreativitas dalam konteks pendidikan memiliki beberapa tujuan fundamental yang telah diidentifikasi oleh penelitian terbaru. Pont-Niclòs et al. (2024) menegaskan bahwa "peran kreativitas dalam pendidikan sangat penting, karena dianggap sebagai keterampilan penting yang memungkinkan siswa untuk mengatasi tantangan masa depan, tidak hanya dalam karier profesional mereka, tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari".

Tujuan utama pengembangan kreativitas meliputi:

1. **Meningkatkan Kemampuan Pemecahan Masalah:** Kreativitas bertujuan untuk mengembangkan kemampuan individu dalam mengidentifikasi masalah kompleks dan menghasilkan solusi inovatif yang belum pernah ada sebelumnya (Runco & Jaeger, 2012).
2. **Mengembangkan Pemikiran Kritis:** Melalui pengembangan kreativitas, individu diharapkan mampu menganalisis informasi secara mendalam, mengevaluasi berbagai alternatif, dan membuat keputusan yang tepat (Bereczki & Kárpáti, 2021).
3. **Memfasilitasi Adaptasi terhadap Perubahan:** Dalam era yang penuh dengan ketidakpastian, kreativitas bertujuan untuk mempersiapkan individu agar dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan dan menghadapi tantangan yang belum pernah ada sebelumnya (Echegoyen-Sanz et al., 2024).
4. **Mendorong Inovasi dan Kemajuan:** Kreativitas bertujuan untuk menghasilkan ide-ide baru yang dapat berkontribusi pada kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi, dan peradaban manusia secara keseluruhan (Wang et al., 2022).

### **Manfaat Kreativitas bagi Individu**

Penelitian empiris menunjukkan bahwa pengembangan kreativitas memberikan manfaat yang signifikan bagi individu dalam berbagai aspek kehidupan. Hsiang et al. (2020) dalam studi longitudinalnya menemukan bahwa "program pelatihan kreativitas satu tahun untuk pendidikan tinggi menunjukkan efektivitas yang signifikan dalam mengembangkan keterampilan berpikir kreatif mahasiswa".

### **Manfaat Kognitif:**

- **Peningkatan Fleksibilitas Mental:** Individu kreatif menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam mengubah perspektif dan pendekatan dalam menghadapi masalah (Weiss et al., 2021).
- **Pengembangan Memori Kerja:** Penelitian menunjukkan bahwa latihan kreativitas dapat meningkatkan kapasitas memori kerja dan kemampuan pemrosesan informasi (Weiss et al., 2021).
- **Peningkatan Kemampuan Analitis:** Kreativitas membantu mengembangkan kemampuan analisis yang lebih mendalam dan komprehensif.

#### **Manfaat Psikologis:**

- **Peningkatan Kepercayaan Diri:** Individu yang mengembangkan kreativitas menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam menghadapi tantangan (Al-Qadasi et al., 2023).
- **Pengembangan Resiliensi:** Kreativitas membantu individu dalam mengembangkan daya tahan psikologis untuk menghadapi kegagalan dan ketidakpastian.
- **Peningkatan Well-being:** Aktivitas kreatif terbukti dapat meningkatkan kesejahteraan psikologis dan kualitas hidup individu.

#### **Manfaat Sosial:**

- **Kemampuan Komunikasi yang Lebih Baik:** Individu kreatif cenderung memiliki kemampuan komunikasi yang lebih efektif dan persuasif.

- **Peningkatan Kolaborasi:** Kreativitas memfasilitasi kemampuan bekerja sama dan berkolaborasi dengan orang lain secara lebih efektif.
- **Leadership yang Lebih Efektif:** Penelitian menunjukkan bahwa pemimpin yang kreatif dapat menginspirasi tim mereka untuk berpikir secara inovatif (Hughes et al., 2018).

### **Manfaat Kreativitas dalam Konteks Ekonomi dan Bisnis**

Dalam konteks ekonomi global, kreativitas memberikan manfaat yang signifikan baik di level individu maupun organisasi. Data terbaru dari UNCTAD (2024) menunjukkan bahwa "ekonomi kreatif berkontribusi antara 0,5% hingga 7,3% dari PDB dan mempekerjakan antara 0,5% hingga 12,5% dari angkatan kerja di berbagai negara".

#### **Manfaat Ekonomi:**

- **Penciptaan Nilai Tambah:** Kreativitas memungkinkan pengembangan produk dan layanan yang memiliki nilai tambah tinggi di pasar.
- **Peningkatan Daya Saing:** Organisasi yang menerapkan kreativitas menunjukkan daya saing yang lebih tinggi dalam pasar global.
- **Inovasi Berkelanjutan:** Kreativitas memfasilitasi pengembangan inovasi yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan pasar.

#### **Manfaat Organisasional:**

- **Peningkatan Produktivitas:** Implementasi kreativitas dalam organisasi terbukti dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional.

- **Kultur Inovasi:** Kreativitas membantu mengembangkan budaya organisasi yang mendukung inovasi dan continuous improvement.
- **Adaptabilitas Organisasi:** Organisasi yang kreatif menunjukkan kemampuan adaptasi yang lebih baik terhadap perubahan lingkungan bisnis.

### 2.2.3 Indikator Kreativitas

Dalam kajian literatur akademik kontemporer, kreativitas dipahami sebagai konstruksi multidimensional yang mencakup aspek kognitif dan afektif individu. Hughes, D. J., Lee, A., Tian, A. W., Newman, A., & Leegood, A. (2019) mengidentifikasi beberapa indikator utama kreativitas, antara lain **orisinalitas, kelancaran berpikir (*fluency*), fleksibilitas, dan elaborasi.**

#### ***Fluency* (Kelancaran Berpikir)**

Fluency merujuk pada kemampuan individu dalam menghasilkan berbagai ide atau solusi dalam jumlah besar dalam waktu tertentu (Torrance, 1974; Weiss et al., 2021). Menurut Kasirer dan Mashal (2018), "kelancaran dianggap sebagai karakteristik pikiran kreatif yang terdiri dari aliran ide dan gambar yang spontan".

#### **Karakteristik *Fluency*:**

- **Kuantitas Ide:** Kemampuan menghasilkan banyak ide dalam waktu yang terbatas

- **Kecepatan Respons:** Kemampuan memberikan respons yang cepat terhadap stimulus kreatif
- **Aliran Pemikiran:** Kontinuitas dalam menghasilkan ide tanpa hambatan yang signifikan
- **Produktivitas Mental:** Kapasitas mental untuk menghasilkan output kreatif secara konsisten

Penelitian empiris terbaru menunjukkan bahwa fluency memiliki korelasi yang kuat dengan indikator kreativitas lainnya. Studi longitudinal oleh Weiss et al. (2021) menemukan bahwa "kelancaran dan fleksibilitas ideasi secara teoritis mirip satu sama lain, namun fleksibilitas juga dianggap terkait secara unik dengan kapasitas memori kerja".

### ***Flexibility (Keluwesannya Berpikir)***

*Flexibility* mengacu pada kapasitas individu untuk mengubah perspektif dalam memahami permasalahan dan menghasilkan solusi yang bervariasi dari berbagai sudut pandang (López-Martínez et al., 2024). Indikator ini menunjukkan kemampuan kognitif yang kompleks dalam pemrosesan informasi dan adaptasi strategis.

### **Karakteristik *Flexibility*:**

- **Perubahan Kategori:** Kemampuan untuk beralih antar kategori pemikiran yang berbeda

- **Adaptasi Perspektif:** Kemampuan melihat masalah dari berbagai sudut pandang
- **Variasi Pendekatan:** Kemampuan menggunakan berbagai strategi untuk menyelesaikan masalah
- **Keterbukaan Mental:** Kesiapan untuk mempertimbangkan ide-ide yang berbeda atau berlawanan

Temuan penelitian terbaru mengungkapkan bahwa "fleksibilitas lebih kuat terkait dengan memori kerja dibandingkan dengan kelancaran dan orisinalitas karena persyaratan tugas yang terlibat dalam menghasilkan jawaban yang beragam" (Weiss et al., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa flexibility melibatkan proses kognitif yang lebih kompleks dibandingkan indikator kreativitas lainnya.

### ***Originality* (Keunikan)**

*Originality* merupakan kemampuan menghasilkan ide yang tidak biasa, inovatif, dan berbeda dari pola berpikir konvensional (Torrance, 1974; López-Martínez et al., 2024). Panel ahli internasional dalam studi López-Martínez et al. (2024) mengkonfirmasi bahwa "orisinalitas adalah indikator kreativitas yang paling penting" di antara semua dimensi yang dianalisis.

### **Karakteristik *Originality*:**

- **Kebaruan Ide:** Kemampuan menghasilkan ide yang belum pernah ada atau jarang ditemukan

- **Ketidakumuman:** Kemampuan menghasilkan respons yang berbeda dari mayoritas
- **Inovasi Konseptual:** Kemampuan mengembangkan konsep atau pendekatan yang baru
- **Pemikiran Divergen:** Kemampuan untuk keluar dari pola pikir yang sudah established

Dalam konteks pengukuran, *originality* sering dinilai berdasarkan *statistical rarity* dari respons yang diberikan. Semakin jarang suatu respons muncul dalam populasi, semakin tinggi nilai originalitasnya. Penelitian menunjukkan bahwa *originality* memiliki hubungan yang kuat dengan kemampuan insight dan breakthrough thinking.

### ***Elaboration* (Penguraian)**

*Elaboration* mencakup keterampilan mengembangkan ide secara mendalam, dengan memperhitungkan detail dan aspek kontekstualnya (Torrance, 1974; Hsiang et al., 2020). Indikator ini menunjukkan kemampuan untuk tidak hanya menghasilkan ide, tetapi juga mengembangkannya menjadi konsep yang komprehensif dan implementable.

### **Karakteristik *Elaboration*:**

- **Detail Pengembangan:** Kemampuan mengembangkan ide dengan detail yang memadai

- **Kontekstualisasi:** Kemampuan menempatkan ide dalam konteks yang tepat
- **Implementabilitas:** Kemampuan mengembangkan ide hingga tingkat yang dapat diimplementasikan
- **Integrasi Aspek:** Kemampuan mengintegrasikan berbagai aspek dalam pengembangan ide

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa elaboration memiliki hubungan yang signifikan dengan kemampuan implementasi kreatif. Studi pada remaja dengan tingkat kecerdasan tinggi mengungkapkan bahwa "elaborasi, seperti halnya kelancaran, secara signifikan terkait dengan semua indikator yang dipilih", menunjukkan integrasi yang kuat antara berbagai dimensi kreativitas.

### **Indikator dari Kreativitas**

Menurut Hughes et al. (2019), kreativitas merupakan kemampuan kompleks yang diekspresikan melalui berbagai indikator yang mencerminkan cara individu berpikir dan menciptakan sesuatu yang baru. Indikator pertama adalah **jumlah ide yang dihasilkan (*fluency*)**, yang menggambarkan kapasitas seseorang dalam menghasilkan berbagai macam ide dalam waktu tertentu. Semakin banyak ide yang dapat dihasilkan, semakin tinggi tingkat kelancaran berpikir kreatif yang dimiliki individu tersebut.

Indikator kedua adalah **kemampuan mengubah pendekatan atau sudut pandang (*flexibility*)**. Aspek ini menunjukkan sejauh mana seseorang dapat berpindah dari satu perspektif ke perspektif lainnya dalam menyelesaikan

masalah atau menjawab tantangan. Kemampuan ini penting dalam proses berpikir kreatif karena menunjukkan keterbukaan dan keluwesan kognitif dalam mengeksplorasi solusi yang berbeda.

Indikator ketiga adalah **kemampuan menghasilkan ide yang unik (*originality*)**. Aspek ini berkaitan dengan keunikan dan kebaruan dari ide-ide yang dihasilkan. Semakin berbeda suatu ide dari ide-ide yang umum atau konvensional, semakin tinggi tingkat orisinalitas yang ditunjukkan. Orisinalitas sering kali menjadi ciri utama dari pemikiran kreatif yang inovatif.

Terakhir, indikator keempat adalah **kemampuan memperluas dan mengembangkan ide (*elaboration*)**. Indikator ini merujuk pada sejauh mana seseorang mampu mengolah, merinci, dan memperkaya ide-ide awal menjadi lebih terstruktur, kompleks, dan aplikatif. Elaborasi menunjukkan kemampuan individu untuk tidak hanya menghasilkan gagasan, tetapi juga mengembangkan gagasan tersebut menjadi solusi yang matang dan dapat diimplementasikan.

Keempat indikator ini secara keseluruhan memberikan kerangka yang komprehensif dalam menilai dan memahami kreativitas seseorang dalam berbagai konteks, baik akademik, profesional, maupun sosial.

## **2.3 Motivasi Berwirausaha**

### **2.3.1 Pengertian Motivasi Berwirausaha**

Motivasi berwirausaha merupakan konstruk psikologis yang kompleks dan multidimensional yang telah menjadi fokus utama dalam literatur kewirausahaan kontemporer. Dalam konteks teoritis, motivasi didefinisikan sebagai proses mempengaruhi atau mendorong dari luar terhadap seseorang atau kelompok kerja agar mereka mau melaksanakan sesuatu yang telah ditetapkan (Samsudin, 2010). Namun, definisi ini telah berkembang menjadi lebih komprehensif dalam konteks kewirausahaan modern.

Motivasi berwirausaha merupakan dorongan daya penggerak dalam diri seseorang untuk melakukan kegiatan *entrepreneur* yang menumbuhkan semangat dan bergairah (Venesaar et al., 2022). Venesaar dalam Sungkowati (2022) menjelaskan lebih lanjut bahwa "motivasi seseorang menjadi wirausaha dibagi dalam tiga dimensi utama: *ambition for freedom* (ambisi kemandirian), *self realisation* (realisasi diri), dan *pushing factors* (faktor pendorong)." Framework ini telah divalidasi dan diperkaya oleh penelitian-penelitian kontemporer yang menunjukkan bahwa ketiga dimensi tersebut berinteraksi secara dinamis dalam membentuk intensi kewirausahaan. Murnieks et al. (2020) memperkuat konsep ini dengan menjelaskan bahwa "motivasi, sebagai impetus intrinsik yang memicu, mengarahkan, dan mempertahankan aktivitas fisiologis dan psikologis, tidak hanya menstimulasi tetapi juga memandu perilaku personal" dalam konteks kewirausahaan.

Murnieks et al. (2020) dalam review komprehensif mereka menjelaskan bahwa "motivasi, sebagai impetus intrinsik yang memicu, mengarahkan, dan mempertahankan aktivitas fisiologis dan psikologis, tidak hanya menstimulasi tetapi juga memandu perilaku personal". Definisi ini

menekankan bahwa motivasi berwirausaha tidak hanya bersifat reaktif terhadap stimulus eksternal, tetapi juga merupakan kekuatan internal yang berkelanjutan.

Dalam konteks yang lebih spesifik, Saiman (2014) mendefinisikan motivasi seseorang untuk berwirausaha sebagai "keinginan seseorang bekerja pada dirinya sendiri, yang sangat besar, perlu untuk menang tanpa berada di bawah faktor tekanan orang lain". Definisi ini menekankan aspek *autonomy* dan *self-determination* yang menjadi karakteristik *fundamental entrepreneur*.

Penelitian terbaru oleh Arshad et al. (2021) mengintegrasikan perspektif *motivational theory* dengan memberikan definisi yang lebih holistik: "motivasi berwirausaha adalah kombinasi kompleks dari faktor intrinsik dan ekstrinsik yang mendorong individu untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan, mencakup aspek psikologis, sosial, dan ekonomi". Definisi ini mengakui kompleksitas motivasi kewirausahaan yang tidak dapat dijelaskan hanya melalui satu perspektif teoritis.

Richard M. Stears dalam Sedarmayanti (2009) menjelaskan bahwa "motivasi adalah kekuatan kecenderungan seorang individu melibatkan diri dalam kegiatan yang berarahkan sasaran dalam pekerjaan". Dalam konteks kewirausahaan, definisi ini diperkaya oleh penelitian Feng dan Chen (2020) yang menunjukkan bahwa "*passion* kewirausahaan memainkan peran esensial dalam spirit kewirausahaan dan perilaku kewirausahaan", mengindikasikan bahwa motivasi berwirausaha memiliki komponen emosional yang kuat.

Hasibuan (2013) mendefinisikan motivasi berwirausaha sebagai "daya untuk mengarahkan dan potensi bawaan agar ingin membuka usaha dan

mengerjakannya secara produktif sehingga bisa mencapai keberhasilan dan dapat mewujudkan tujuan yang telah ditentukan". Definisi ini diperkuat oleh temuan empiris Sun et al. (2023) yang menunjukkan bahwa "motivasi kewirausahaan mengacu pada attachment demonstratif yang kuat dan menarik terhadap proses dan venture kewirausahaan".

Koranti (2013) menyebutkan bahwa "motivasi berwirausaha adalah daya penggerak dalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas berwirausaha demi mencapai tujuan wirausaha". Perspektif ini diperluas oleh Ratnawati dan Kuswardani (2010) yang menjelaskan bahwa "motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani mengambil resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi".

Wibowo dan Ardianti (2014) menambahkan dimensi kognitif dengan mendefinisikan *Entrepreneurial Motivation* sebagai "motivasi yang diarahkan pada tujuan kewirausahaan (tujuan yang melibatkan kesadaran dan eksploitasi peluang bisnis)". Definisi ini sejalan dengan temuan terbaru oleh Zhou dan Wang (2019) yang menunjukkan bahwa persepsi terhadap lingkungan kewirausahaan dapat meningkatkan motivasi pencapaian individu dan menumbuhkan passion kewirausahaan.

Berdasarkan sintesis dari berbagai perspektif teoritis dan empiris, motivasi berwirausaha dapat didefinisikan sebagai konstruk psikologis multidimensional yang mencakup dorongan intrinsik dan ekstrinsik yang menggerakkan individu untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengeksploitasi peluang kewirausahaan melalui penciptaan venture baru

dengan tujuan mencapai *value creation, autonomy, dan actualization* diri.

### **2.3.2 Faktor-Faktor Motivasi Berwirausaha**

Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi berwirausaha telah mengalami perkembangan konseptual yang signifikan dalam literatur terbaru. Susanto (2009) mengidentifikasi lima faktor utama yang kemudian diperkaya oleh penelitian-penelitian kontemporer.

#### **Faktor Lingkungan**

Faktor lingkungan memiliki peran yang signifikan dalam pembentukan jiwa kewirausahaan (Susanto, 2009). Suryana (2003) menekankan bahwa "faktor pemicu yang berasal dari lingkungan sosial salah satunya dari orang tua". Penelitian terbaru oleh Xu et al. (2020) mengkonfirmasi bahwa "dukungan keluarga berkontribusi pada peningkatan kompetensi kewirausahaan yang sesuai untuk memulai atau mengembangkan firma".

Dimensi lingkungan diperluas oleh penelitian Liu et al. (2024) yang menunjukkan bahwa "lingkungan kewirausahaan yang dipersepsikan dapat secara signifikan memprediksi minat berwirausaha secara positif". Studi ini mengidentifikasi bahwa ketika individu mempersepsikan dukungan dari keluarga, sekolah, teman, dan institusi lingkungan sosial, motivasi pencapaian mereka meningkat, yang mengarah pada minat berwirausaha yang lebih kuat.

Palmer et al. (2019) menambahkan bahwa "*role models* dan mentors mempengaruhi minat berwirausaha dengan mengubah sikap dan keyakinan anak-anak mereka". Hal ini menunjukkan bahwa faktor lingkungan tidak hanya terbatas pada dukungan material, tetapi juga mencakup aspek modeling dan pembelajaran sosial.

### **Faktor Sosiologis**

Kondisi sosial turut memberikan andil dalam meningkatnya aktivitas kewirausahaan dalam kelompok-kelompok tertentu seperti kaum wanita, minoritas, serta akademisi (Susanto, 2009). Penelitian kontemporer oleh Arshad et al. (2021) menunjukkan bahwa "faktor intrinsik seperti minat intrinsik dan aspirasi perasaan komunitas serta faktor ekstrinsik seperti persepsi pendapatan relatif dan prestise okupasional secara positif mempengaruhi sikap dan selanjutnya menstimulasi minat berwirausaha".

Temuan ini diperkuat oleh Canestrino et al. (2020) yang mengidentifikasi bahwa "pengaruh budaya seperti *uncertainty avoidance* dan *in-group collectivism* mempengaruhi perilaku kewirausahaan sosial". Hal ini menunjukkan bahwa faktor sosiologis tidak hanya beroperasi di level individual, tetapi juga di level budaya dan masyarakat yang lebih luas.

### **Faktor Ketersediaan Sumber Daya**

Ketersediaan modal dan sumber daya merupakan hal yang sangat penting dalam motivasi berwirausaha (Susanto, 2009). Penelitian terbaru oleh Dou et al. (2019) mengkonfirmasi bahwa "dukungan dari pemerintah dan ketersediaan sumber daya sosio-lingkungan saat ini merupakan kondisi yang menguntungkan untuk membantu mahasiswa berpikir lebih positif tentang kewirausahaan".

Omerzel dan Antončič (2008) menambahkan dimensi pengetahuan dengan menunjukkan bahwa "pengetahuan bisnis *entrepreneur* tercermin melalui empat dimensi, termasuk (1) pendidikan formal, (2) pengalaman kerja, (3) keterampilan fungsional, dan (4) kepercayaan diri dan pengetahuan ini memiliki pengaruh positif terhadap kesuksesan bisnis".

## **Faktor Personal**

Seorang wirausahawan memiliki locus of control internal yang lebih tinggi ketimbang seorang non wirausahawan, yang berarti bahwa mereka memiliki keinginan yang lebih kuat untuk menentukan nasib sendiri (Susanto, 2009). Penelitian oleh Siregar dan Marwan (2020) mengembangkan pemahaman ini dengan menunjukkan bahwa "efikasi diri yang memandu motivasi terhadap proyek kewirausahaan dapat dijelaskan sebagai motivasi yang dapat menginspirasi individu untuk memulai proyek bisnis".

Arshad et al. (2016) menambahkan bahwa "efikasi diri penting dalam teknik *enterprise* karena efikasi terhubung dengan kemampuan *career-minded* seseorang untuk mengevaluasi hambatan dan kemungkinan internal". Hal ini menunjukkan bahwa faktor personal tidak hanya mencakup karakteristik kepribadian, tetapi juga kemampuan kognitif dan metakognitif.

## ***Adversity Quotient***

*Adversity Quotient* juga menjadi salah satu faktor motivasi berwirausaha (Susanto, 2009). Konsep ini diperkaya oleh penelitian Feng dan Chen (2020) yang menunjukkan bahwa "*passion* kewirausahaan memainkan peran esensial dalam spirit kewirausahaan dan perilaku kewirausahaan", mengindikasikan bahwa kemampuan menghadapi *adversity* terkait erat dengan *passion* dan resiliensi kewirausahaan.

Penelitian terbaru oleh Su et al. (2020) menunjukkan bahwa "emosi positif dapat mempengaruhi motivasi kewirausahaan dan proses kewirausahaan entrepreneur secara signifikan", yang mengindikasikan bahwa *adversity quotient* berkaitan dengan kemampuan mengelola emosi dan mempertahankan motivasi di tengah tantangan.

## **Faktor Tambahan dalam Literatur Kontemporer**

Penelitian terbaru mengidentifikasi faktor-faktor tambahan yang tidak tercakup dalam klasifikasi tradisional:

**Faktor Teknologi dan Digitalisasi:** Karyaningsih (2020) menunjukkan pentingnya "pengetahuan tentang bisnis online dan cara menerapkannya untuk mengembangkan produk baru, membangun bisnis, menjual produk/layanan, dan mengevaluasi lingkungan bisnis dengan dukungan perangkat dan aplikasi teknologi modern".

**Faktor Pendidikan Kewirausahaan:** Wardana et al. (2020) mengkonfirmasi bahwa "memasukkan pendidikan kewirausahaan dalam sistem pendidikan formal berdampak positif terhadap minat berwirausaha individu".

**Faktor Psikologis dan Kognitif:** Penelitian oleh Kuratko et al. (2021) menunjukkan bahwa "minat berwirausaha dicirikan sebagai kumpulan sikap, kemampuan dan perilaku yang mendorong seseorang menuju pengakuan peluang, keterampilan dan adaptabilitas dalam mengejar tujuan kewirausahaan".

### **2.3.3 Dimensi Motivasi Berwirausaha**

Vensaar dalam Sungkowati (2022) menjelaskan bahwa motivasi seseorang menjadi wirausaha dibagi dalam tiga dimensi utama: *ambition for freedom* (ambisi kemandirian), *self realisation* (realisasi diri), dan *pushing factors* (faktor pendorong). *Framework* ini telah divalidasi dan diperkaya oleh penelitian-penelitian terbaru.

#### ***Ambition for Freedom* (Ambisi Kemandirian)**

Dimensi ambisi kemandirian mencerminkan keinginan individu untuk memiliki kontrol dan autonomy dalam aktivitas profesional mereka. Indikator

dari dimensi ini meliputi:

1. **Aktivitas lebih bebas:** Douglas dan Shepherd (2000) menunjukkan bahwa "orang akan lebih termotivasi untuk menjadi entrepreneur ketika mereka mempersepsikan *total income* dan *autonomy* benefits dari self-employment lebih tinggi dibandingkan ketika bekerja di pekerjaan lain di pasar".
2. **Memiliki usaha sendiri:** Penelitian oleh Moy et al. (2001) pada mahasiswa Thailand dan Hong Kong mengkonfirmasi bahwa "motivasi seperti *external rewards*, *intrinsic rewards*, *autonomy*, *family security*, dan *change management* membuat individu memilih kewirausahaan sebagai karier masa depan mereka".
3. **Menjadi lebih dihormati:** Arshad et al. (2021) mengidentifikasi bahwa "*prestise okupasional* secara positif mempengaruhi sikap dan selanjutnya menstimulasi minat berwirausaha".
4. **Terdepan dalam menerapkan ide baru:** Dimension ini terkait dengan findings dari Cheng (2019) yang menunjukkan pentingnya "*personality traits*, *perception risk*, *motivation*, *business strategies environment factors*" dalam performance kewirausahaan.
5. **Mengembangkan hobi dalam bisnis:** Aspek ini diperkuat oleh penelitian Blaga (2021) yang mengeksplorasi "model empiris motivasi untuk kewirausahaan sosial" yang mencakup aspek personal fulfillment.

### **Self-Realisation (Realisasi Diri)**

Dimensi realisasi diri berkaitan dengan kebutuhan *actualization* dan pengembangan potensi personal melalui kewirausahaan. Ryan dan Deci (2000) dalam Self-Determination Theory menunjukkan bahwa "motivasi

intrinsik seperti aktualisasi diri sangat kuat dalam mendorong perilaku yang berorientasi pada dampak sosial daripada rewards eksternal seperti keuntungan finansial".

Indikator dari dimensi ini meliputi:

**1. Memperoleh posisi yang lebih baik di masyarakat:** McDaniel et al. (2022) mengkonfirmasi bahwa entrepreneurs sosial, yang dipandu oleh nilai-nilai integral terhadap identitas mereka, bekerja untuk memperbaiki, membangun kembali, dan mempertahankan harmoni sosial dalam struktur masyarakat yang ada.

**2. Merasakan tantangan:** Penelitian oleh Fadzil et al. (2019) menunjukkan bahwa "korelasi antara psikologi kewirausahaan dan kemampuan kewirausahaan" mencakup aspek *challenge-seeking behavior*.

**3. Memotivasi dan memimpin orang lain:** Temuan ini sejalan dengan Ghouse et al. (2019) yang mengidentifikasi "kesuksesan kewirausahaan *entrepreneur* wanita berbasis *cottage*" yang mencakup aspek leadership dan influence.

**4. Melanjutkan tradisi keluarga:** Xu et al. (2020) menunjukkan bahwa "anak-anak entrepreneur terbiasa dengan berbagai tugas yang dilakukan oleh *terms of leader* dalam firma keluarga mereka".

**5. Mengimplementasikan ide atau berinovasi:** Aspek ini diperkuat oleh Halberstadt et al. (2021) yang menunjukkan "orientasi kewirausahaan sosial: *drivers of success untuk start-ups dan established industrial firms*".

### ***Pushing Factors* (Faktor Pendorong)**

Dimensi faktor pendorong mencerminkan motivasi yang bersifat eksternal atau situasional yang mendorong individu untuk memilih kewirausahaan.

Bartha et al. (2019) menjelaskan bahwa "faktor misi sosial merupakan faktor utama yang mempengaruhi motivasi kewirausahaan entrepreneur" di Eropa Tengah dan Timur.

Indikator dari dimensi ini meliputi:

**1. Memperoleh pendapatan yang lebih baik:** Penelitian oleh Good et al. (2022) mengkonfirmasi bahwa "sebagai driver untuk memperoleh kekayaan dan income personal, money motivation merupakan kekuatan penggerak ekstrinsik bagi entrepreneur untuk terlibat dalam innovation dan entrepreneurship".

**2. Tidak puas dengan pekerjaan:** Dimensi ini diperkuat oleh penelitian Rajabi et al. (2018) yang "mengeksplorasi hubungan antara motivasi kewirausahaan dan pengembangan enterprise dalam industri penjualan", menunjukkan bahwa ketidakpuasan dengan pekerjaan current menjadi faktor pendorong yang signifikan.

### **Dimensi Tambahan dalam Literatur Kontemporer**

Penelitian terbaru mengidentifikasi dimensi-dimensi tambahan yang memperkaya framework tradisional:

**Motivasi Sosial dan Dampak:** Ip (2024) dan Santos et al. (2021) menunjukkan bahwa entrepreneur sosial "memulai bisnis mereka untuk memenuhi kebutuhan sosial dan dengan demikian membuat dunia menjadi tempat yang lebih baik".

**Motivasi Teknologi dan Inovasi:** Yamini et al. (2022) mengidentifikasi faktor-faktor seperti "*workplace spirituality dan creativity*" sebagai motivasi kewirausahaan sosial yang emerging.

**Motivasi Berbasis Calling:** Murnieks et al. (2020) mengeksplorasi "dampak

interaksi antara faktor motivasional pada entrepreneur", khususnya antara *calling dan money motivation*.

Penelitian oleh Liu et al. (2024) mengkonfirmasi bahwa "motivasi pencapaian dan efikasi diri kewirausahaan memainkan peran mediasi yang signifikan antara lingkungan kewirausahaan yang dipersepsikan dan minat berwirausaha", menunjukkan bahwa dimensi-dimensi motivasi berfungsi sebagai mekanisme psikologis yang menghubungkan faktor eksternal dengan outcomes behavioral.

Berdasarkan sintesis literatur terbaru, dapat disimpulkan bahwa dimensi-dimensi motivasi berwirausaha telah berkembang dari framework tiga dimensi tradisional menjadi model yang lebih komprehensif yang mencakup aspek *autonomy, self-actualization, economic drivers, social impact, technological innovation, dan calling/purpose-driven motivation*, yang semuanya berinteraksi secara dinamis dalam membentuk minat dan perilaku kewirausahaan.

## **2.4 Minat Berwirausaha**

### **2.4.1 Pengertian Minat Berwirausaha**

Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya dan menciptakan usaha baru tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi serta senantiasa belajar dari kegagalan dalam berwirausaha (Pliem et al., 2024). Pham et al. (2020) dalam penelitian mereka menegaskan bahwa "minat berwirausaha merupakan prediktor terbaik dari perilaku kewirausahaan aktual, di mana faktor-faktor seperti sikap terhadap kewirausahaan, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang

dipersepsikan memainkan peran penting dalam pembentukan intensi tersebut." Thompson (2009) memperkuat konsep ini dengan mendefinisikan minat berwirausaha sebagai "*a self-acknowledged conviction by a person that they intend to set up a new business venture and consciously plan to do so at some point in the future,*" yang menekankan aspek kesadaran dan perencanaan yang matang dalam pembentukan intensi kewirausahaan.

Minat merupakan konstruk psikologis yang kompleks dan multidimensional yang berperan signifikan dalam membentuk perilaku individu. Sebagaimana dikemukakan oleh Stiggins dalam Ikbal (2021), minat merupakan salah satu dimensi dari aspek afektif yang banyak berperan dalam kehidupan seseorang. Aspek afektif sendiri mengidentifikasi dimensi-dimensi perasaan dari kesadaran emosi, disposisi, dan kehendak yang mempengaruhi pikiran dan tindakan seseorang.

Konseptualisasi minat dalam konteks akademis modern menunjukkan tiga karakteristik utama: (1) berhubungan dengan perasaan mengenai objek yang berbeda; (2) perasaan-perasaan tersebut memiliki arah yang dimulai dari titik netral ke kubu yang berlawanan, tidak positif dan tidak negatif; (3) berbagai perasaan yang memiliki intensitas yang berbeda, dari kuat ke sedang ke lemah (Stiggins dalam Ikbal, 2021).

Dalam perspektif yang lebih kontemporer, Semiawan (Susilowati, 2022) mendefinisikan minat sebagai "suatu keadaan mental yang menghasilkan respon terarahkan kepada suatu situasi atau objek tertentu yang menyenangkan dan memberi kepuasan kepadanya (satisfiers)." Definisi ini menekankan fungsi minat sebagai daya penggerak yang mengarahkan seseorang melakukan kegiatan tertentu yang spesifik.

#### 2.4.2 Ciri-Ciri Minat Berwirausaha

Penelitian kontemporer menunjukkan bahwa minat berwirausaha memiliki karakteristik yang dapat diidentifikasi dan diukur. Hurlock (dalam Susanto, 2023) mengidentifikasi tujuh ciri minat yang telah diadaptasi dalam konteks kewirausahaan:

**Minat tumbuh bersamaan dengan perkembangan fisik dan mental -**

Perkembangan minat berwirausaha sejalan dengan matangnya kemampuan kognitif dan emosional individu.

**Minat tergantung pada kegiatan belajar - *Exposure*** terhadap pendidikan kewirausahaan dan pengalaman praktis mempengaruhi intensitas minat berwirausaha.

**Perkembangan minat mungkin terbatas -** Terdapat batasan-batasan kontekstual yang dapat membatasi perkembangan minat berwirausaha.

**Minat tergantung pada kesempatan belajar -** Akses terhadap program pendidikan kewirausahaan dan mentoring berpengaruh signifikan.

**Minat dipengaruhi oleh budaya -** Konteks sosial-budaya memainkan peran penting dalam pembentukan minat berwirausaha.

**Minat berbobot emosional -** Aspek afektif dan emosional menjadi komponen integral dalam minat berwirausaha.

**Minat berbobot egoisentris -** Orientasi terhadap pencapaian personal dan kepuasan diri menjadi motivator penting.

Garcez et al. (2025) dalam penelitian terbaru mereka di *European Journal of Innovation Management* menegaskan bahwa karakteristik minat berwirausaha digital telah berkembang dengan penambahan dimensi hard skills dan soft skills sebagai pilar fundamental yang mempengaruhi intensi

kewirausahaan mahasiswa.

### 2.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha

#### 1. Perspektif Tradisional

Crow & Crow (dalam Susilowati, 2020) mengidentifikasi tiga faktor utama yang mempengaruhi minat:

**a. Faktor Internal (*Internal Drivers*)** Merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit dan sebagainya. Jika individu merasa lapar ini akan menimbulkan minat untuk mencari makan.

**b. Faktor Motif Sosial** Faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan aktivitas demi memenuhi kebutuhan sosial, seperti contoh kebutuhan hunting foto demi memenuhi tugas pameran, dan sebagainya.

**c. Faktor Emosional** Faktor perasaan yang dapat memacu minat individu, apabila menghasilkan emosi atau perasaan senang, perasaan ini akan membangkitkan minat dan memperkuat minat yang sudah ada.

#### 2. Perspektif Kontemporer

Penelitian terkini menunjukkan kompleksitas yang lebih tinggi dalam faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha. Hassan et al. (2020) dalam studi mereka yang dipublikasikan di *Education + Training* mengidentifikasi bahwa *opportunity recognition* dan *entrepreneurial self-efficacy* merupakan determinan kunci dalam pembentukan intensi kewirausahaan mahasiswa.

Turker dan Sonmez Selcuk (2009) dalam penelitian seminal mereka mengembangkan *Entrepreneurial Support Model* (ESM) yang mengkategorikan faktor-faktor kontekstual menjadi:

**Educational Support** - Dukungan institusi pendidikan dalam menyediakan kurikulum dan fasilitas kewirausahaan

**Relational Support** - Jaringan sosial dan dukungan dari *family, peers, dan mentor*

**Structural Support** - Kondisi ekonomi, politik, dan infrastruktur yang mendukung kewirausahaan

Hassan (2020) dalam penelitiannya mengenai *social entrepreneurship intention* mengidentifikasi bahwa *entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurship education, entrepreneurial network, dan perceived university support* memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi kewirausahaan sosial mahasiswa.

Rodrigues et al. (2023) dalam studi komprehensif mereka menemukan bahwa sikap kewirausahaan mahasiswa dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh *Entrepreneurial Benefits, Entrepreneurial Passion, Psychological Cognition Factors, dan Religion Beliefs*, sementara *Self-Confidence dan Creativity* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik.

#### **2.4.4 Indikator Minat Berwirausaha**

Menurut Pham, T. T. T., Cam, V. H. T., & Nguyen, D. (2024), minat berwirausaha merupakan kecenderungan psikologis seseorang yang tercermin dalam keinginan, perhatian, dan dorongan untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan. Penelitian mereka mengidentifikasi **empat indikator utama** yang merepresentasikan minat berwirausaha secara

menyeluruh.:

**a. Perasaan Senang** Mahasiswa yang memiliki rasa senang atau suka terhadap suatu kegiatan usaha menunjukkan indikasi positif terhadap minat berwirausaha.

**b. Ketertarikan** Berhubungan dengan daya gerak yang mendorong untuk cenderung merasa tertarik untuk berwirausaha atau bisa berupa pengalaman afektif yang dirangsang oleh kegiatan berwirausaha itu sendiri.

**c. Perhatian** Merupakan konsentrasi atau aktivitas jiwa terhadap pengamatan dan pengertian terhadap fenomena kewirausahaan.

**d. Keterlibatan** Suatu usaha untuk mengerjakan kegiatan usaha, dan mampu memahami hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan kewirausahaan dan selalu afektif dan berkeinginan untuk berwirausaha serta selalu mengikuti perkembangan dalam bidang kewirausahaan.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1** Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Abu, I., Marhawati, M., Alfira, A., Ananda, A., Amrullah, A., & Grison Masiku, A. (2023)	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Efikasi Diri Sebagai Variabel Intervening Pada Studi	Pendidikan kewirausahaan dan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Efikasi diri terbukti berperan sebagai variabel mediasi yang mempengaruhi hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan kreativitas dengan minat berwirausaha mahasiswa.

		Mahasiswa Kewirausahaan Universitas Negeri Makassar	
2	Susanti Dwi Ilhami (2023)	Peran Efikasi Diri Dalam Menumbuhkan Intensi Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa	Efikasi diri berperan sebagai variabel mediasi sempurna pada pengaruh antara pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh langsung terhadap intensi berwirausaha, tetapi berpengaruh melalui mediasi efikasi diri.
3	Halim, N. H., Mahmuddin, M., Pahrul, P., Arisah, N., & Dewantara, H. (2024)	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Inovasi Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Kewirausahaan	Pengetahuan kewirausahaan dan inovasi memberikan dampak positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa program studi kewirausahaan. Peningkatan pemahaman tentang kewirausahaan dapat meningkatkan potensi dan motivasi berwirausaha mahasiswa.
4	Rahmayani, N., Anita, E., & Prasaja, A. S. (2023)	Analisis Efikasi Diri Dan Pengembangan Usaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Jambi	Efikasi diri berpengaruh positif terhadap pengembangan usaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Jambi. Mahasiswa dengan efikasi diri yang tinggi cenderung lebih berhasil dalam mengembangkan usaha mereka.
5	Nurjaman, et al. (2022)	Pengaruh Sikap, Efikasi Diri, dan Karakteristik Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Sikap, efikasi diri, dan karakteristik wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa secara parsial dan simultan. Efikasi diri memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa.
6	Melinda, R. D., Yohana, C., & Fadillah, N. F. (2023)	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kreativitas Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta	Pendidikan kewirausahaan, kreativitas, dan motivasi berwirausaha secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi. Kreativitas dan motivasi terbukti menjadi faktor penting dalam pembentukan minat berwirausaha pada mahasiswa ekonomi.

## 2.6 Hubungan Variabel Penelitian

## **Hubungan Efikasi Diri dengan Minat Berwirausaha**

Efikasi diri memiliki hubungan yang signifikan dengan minat berwirausaha melalui mekanisme kognitif yang kompleks. Ferreira-Neto et al. (2023) menjelaskan bahwa "keyakinan akan kemampuan diri untuk terjun ke dalam dunia usaha akan memicu minat individu untuk melakukan dan merealisasikan kegiatan usaha yang diyakini mampu untuk dilakukan." Hubungan ini terbentuk melalui fungsi selektif efikasi diri, dimana individu dengan efikasi tinggi cenderung "siap melakukan aktivitas-aktivitas yang menantang dan memilih situasi yang dinilai mampu untuk diatasi" dalam konteks kewirausahaan (Hameed et al., 2021).

Kautsar et al. (2022) memperkuat argumen ini dengan menjelaskan bahwa "individu yang memiliki keyakinan yang kuat terhadap kemampuan dirinya akan melakukan usaha yang lebih besar ketika menghadapi kegagalan dalam tantangan" bisnis. Hal ini mengindikasikan bahwa efikasi diri tidak hanya berpengaruh pada pembentukan minat awal, tetapi juga pada "kegigihan atau ketekunan yang kuat" yang "mendukung pencapaian suatu performansi yang optimal" dalam aktivitas entrepreneurial (Halim et al., 2024).

## **Hubungan Kreativitas dengan Minat Berwirausaha**

Kreativitas memiliki peran strategis dalam membentuk minat berwirausaha melalui kemampuannya menghasilkan inovasi dan solusi. Anjum et al. (2021) mendefinisikan kreativitas sebagai kemampuan untuk menghasilkan "gagasan-gagasan baru yang dapat diterapkan dalam berbagai aspek kehidupan untuk menciptakan nilai tambah." Dalam konteks entrepreneurial, kreativitas memungkinkan individu untuk "menemukan berbagai solusi inovatif, menciptakan

peluang baru, dan mengembangkan ide-ide segar untuk menghadapi tantangan dalam era digital" (Pham et al., 2023).

Shi et al. (2020) menjelaskan bahwa "pemikiran kreatif" secara langsung mempengaruhi minat berwirausaha karena memungkinkan seseorang untuk "menghasilkan inovasi yang bermanfaat, baik dalam pengembangan usaha, pemecahan masalah, maupun dalam menciptakan perubahan positif di lingkungan sekitarnya." Li et al. (2023) menambahkan bahwa kreativitas berperan dalam membentuk "persepsi individu terhadap peluang bisnis dan kemampuan untuk mengidentifikasi nilai tambah yang dapat diperoleh" melalui aktivitas kewirausahaan.

### **Peran Motivasi Berwirausaha sebagai Variabel Mediasi**

Motivasi berwirausaha berperan sebagai mekanisme mediasi yang menghubungkan efikasi diri dan kreativitas dengan minat berwirausaha. Khan et al. (2022) menjelaskan bahwa motivasi terbentuk ketika "individu memotivasi dirinya sendiri dan menuntun tindakan-tindakannya dengan menggunakan pemikiran-pemikiran tentang masa depan" sehingga mereka akan "membentuk kepercayaan mengenai apa yang dapat dilakukan oleh dirinya." Proses ini menunjukkan bagaimana efikasi diri mempengaruhi motivasi melalui "pengaturan motivasi diri" dimana "sebagian besar motivasi manusia dibangkitkan secara kognitif melalui proses mental yang kompleks" (Cuong, 2025).

Halim et al. (2024) memperjelas mekanisme mediasi ini dengan menjelaskan bahwa motivasi "mendukung dalam berbagai cara dan menentukan tujuan-tujuan yang diciptakan individu bagi dirinya sendiri dengan seberapa besar ketahanan individu

terhadap kegagalan." Dalam hubungannya dengan kreativitas, motivasi berperan sebagai "katalis untuk menimbulkan minat berwirausaha" yang didasari oleh "gagasan-gagasan kreatif dan inovatif yang telah dikembangkan sebelumnya" (Abu et al., 2023).

### **Hubungan Terintegrasi Antar Variabel**

Model hubungan antar variabel menunjukkan kompleksitas interaksi yang terjadi dalam pembentukan minat berwirausaha. Abu et al. (2023) menjelaskan bahwa "efikasi diri dan motivasi untuk menghadapi berbagai macam tantangan dalam berwirausaha" diyakini akan menjadi "katalis untuk menimbulkan minat berwirausaha" sekaligus menjadi "faktor penting yang mempengaruhi keyakinan dan keberanian untuk berwirausaha terutama di kalangan mahasiswa."

Ilhami (2023) memperkuat dengan menjelaskan bahwa integrasi antara "keyakinan terhadap kemampuan diri" dan "motivasi yang kuat" akan menciptakan "minat yang tinggi terhadap suatu pilihan dalam konteks entrepreneurial." Namun demikian, Melinda et al. (2023) menambahkan bahwa terlepas dari "motivasi yang kuat," dibutuhkan pula "kreativitas untuk menjadi acuan dalam mengembangkan dan meyakinkan tujuan untuk berwirausaha."

### **Model Mediasi dalam Konteks Mahasiswa**

Dalam konteks mahasiswa, Wu et al. (2022) menjelaskan bahwa peran mediasi motivasi menjadi sangat penting karena mahasiswa mengalami proses "pembentukan kepercayaan mengenai kemampuan entrepreneurial sambil mengantisipasi hasil-hasil dari tindakan-tindakan yang prospektif." Bhinder & Kaur (2025) menambahkan bahwa pada mahasiswa, motivasi berperan dalam "menciptakan tujuan bagi dirinya

sendiri dan merencanakan bagian dari tindakan-tindakan untuk merealisasikan masa depan yang berharga" dalam bidang kewirausahaan.

Wardana et al. (2020) menyimpulkan bahwa model mediasi ini efektif karena mahasiswa memiliki "sikap positif terhadap aspek-aspek lingkungan" entrepreneurial yang dapat dikembangkan melalui penguatan efikasi diri dan kreativitas. Dengan demikian, motivasi berwirausaha berfungsi sebagai "jembatan psikologis" yang menghubungkan keyakinan diri dan kemampuan kreatif dengan manifestasi nyata berupa minat untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan.

Berdasarkan kajian hubungan antar variabel ini, dapat disimpulkan bahwa efikasi diri dan kreativitas membentuk fondasi psikologis yang kemudian diteruskan melalui motivasi berwirausaha untuk akhirnya mempengaruhi tingkat minat berwirausaha mahasiswa. Model mediasi ini menunjukkan bahwa motivasi bukan hanya sebagai faktor pendukung, tetapi sebagai mekanisme transformasi yang mengubah potensi individual menjadi intensi entrepreneurial yang konkret.



Komaraju, M., & Nadler, D. (2023) yang menyatakan bahwa efikasi diri merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengorganisasi dan melaksanakan tindakan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks kewirausahaan, mahasiswa dengan efikasi diri tinggi cenderung memiliki keberanian untuk mengambil risiko dan memulai usaha baru karena mereka yakin akan kemampuan pribadi yang dimiliki.

Lebih lanjut, studi terbaru yang dikaji oleh Hughes, D. J., Lee, A., Tian, A. W., Newman, A., & Legood, A. (2019) mengungkapkan bahwa kreativitas berperan krusial dalam konteks pendidikan kewirausahaan karena mendukung kemampuan menghasilkan ide-ide orisinal dan solusi inovatif. Kreativitas tidak hanya menjadi sumber keunggulan kompetitif, tetapi juga merupakan pendorong utama dalam proses inovasi usaha baru. Dimensi-dimensi seperti *fluency*, *flexibility*, *originality*, dan *elaboration*, menjadi indikator penting yang diakui secara luas dalam mengukur kreativitas individu dalam kerangka kewirausahaan modern.

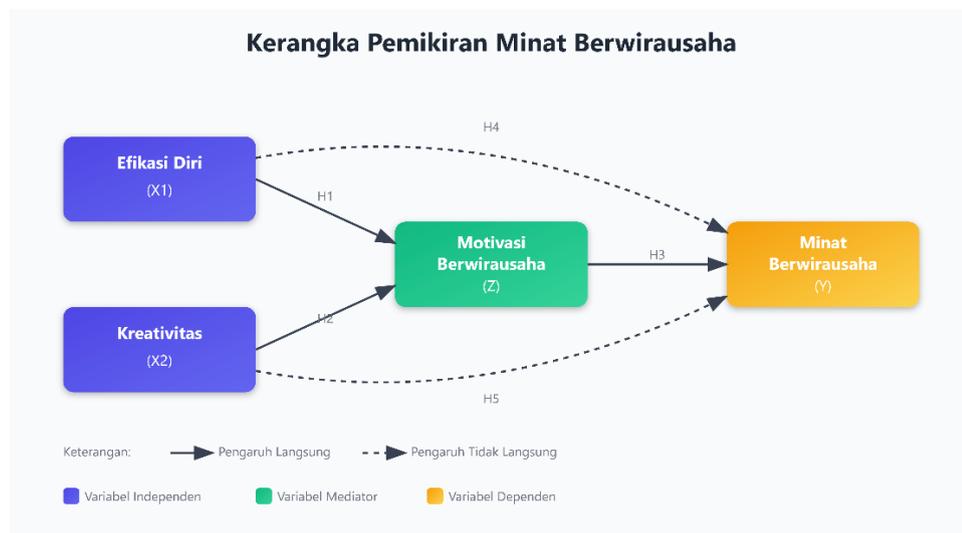
Di sisi lain, motivasi berwirausaha sebagai variabel mediasi turut menunjukkan pengaruh signifikan. Menurut model yang dikembangkan oleh Venesaar, U., Malleus, E., Arro, G., & Toding, M. (2022) motivasi berwirausaha mencakup dimensi ambisi terhadap kemandirian, realisasi diri, dan faktor-faktor pendorong eksternal. Ketiga dimensi tersebut terbukti dapat memperkuat pengaruh efikasi diri dan kreativitas terhadap pembentukan minat berwirausaha mahasiswa.

Dengan demikian, hasil pemetaan literatur ini mengonfirmasi bahwa model yang diajukan dalam penelitian tesis ini telah relevan dengan peta keilmuan kontemporer. Kajian ini tidak hanya menguatkan posisi efikasi diri, kreativitas, dan motivasi sebagai faktor utama dalam membentuk minat berwirausaha, tetapi juga mendemonstrasikan bahwa pendekatan integratif antar variabel ini memiliki

justifikasi teoritis dan empiris yang kuat dalam konteks pendidikan tinggi. Oleh sebab itu, penelitian ini menjadi kontribusi penting dalam memperkuat basis empiris bagi pengembangan model pembelajaran kewirausahaan berbasis karakter psikologis mahasiswa.

## 2.7 Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran yang dapat disajikan dalam penelitian adalah sebagai berikut:



**Gambar 2.2** Kerangka Pemikiran

## 2.7 Hipotesis

Berdasarkan kajian teori dan kerangka berpikir yang sudah diuraikan dalam penelitian ini, maka dapat disusun beberapa hipotesis sebagai berikut:

1. H<sub>a</sub>: Terdapat pengaruh Efikasi diri terhadap Motivasi berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh Efikasi diri terhadap Motivasi berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

2. H<sub>a</sub>: Terdapat pengaruh Kreativitas terhadap Motivasi berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh Kreativitas terhadap Motivasi berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

3. H<sub>a</sub>: Terdapat pengaruh Efikasi diri terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh Efikasi diri terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

4. H<sub>a</sub>: Terdapat pengaruh Kreativitas terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh Kreativitas terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

5. H<sub>a</sub>: Terdapat pengaruh Motivasi berwirausaha terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh Motivasi berwirausaha terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

6. H<sub>a</sub>: Terdapat pengaruh Efikasi diri terhadap Minat berwirausaha melalui  
Motivasi berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh Efikasi diri terhadap Minat berwirausaha melalui  
Motivasi berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

7. H<sub>a</sub>: Terdapat pengaruh Kreativitas terhadap Minat berwirausaha melalui  
Motivasi berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh Kreativitas terhadap Minat berwirausaha melalui  
Motivasi berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi