

## EXPLORING THE ROLE OF CREATIVE BEHAVIOR, ENTREPRENEURIAL SPIRIT, AND GREAT AMBITION FOR SUCCESS IN DRIVING ENTREPRENEURIAL INTENTION AMONG GEN Z AT STMB MULTI SMART MEDAN

Eksplorasi Peran Perilaku Kreativitas, Jiwa Kewirausahaan, Dan Ambisi Besar Untuk Sukses Dalam Mendorong Keinginan Berwirausaha Pada Gen Z Di Stmb Multi Smart Medan

Agusman<sup>1</sup>, Victor<sup>2</sup>, Wisnu Stanley Ang<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Fakultas Administrasi Bisnis, STMB Multi Smart, Indonesia

### Keywords:

*Behavior;  
Creativity;  
Entrepreneurial  
Spirit;  
Big Ambition to  
Success;  
Entrepreneurial  
Desire;  
Generation Z*

**Abstract.** This study explores the influence of creativity, entrepreneurial spirit, and big ambition to success on the entrepreneurial desire of Generation Z students at STMB Multi Smart. Using a descriptive quantitative method, data were collected from 72 students through purposive sampling. Analysis included validity and reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression. The results indicated that creativity and entrepreneurial spirit had a significant partial effect on entrepreneurial desire, whereas big ambition to success showed no significant individual effect. However, together, the three variables positively influenced entrepreneurial desire, with an R-squared value of 57.5%.

Email:

[aguscmp@gmail.com](mailto:aguscmp@gmail.com)<sup>1</sup>

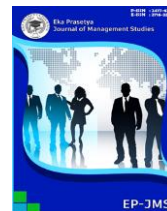
[victorawen10@gmail.com](mailto:victorawen10@gmail.com)<sup>2</sup>

[wisnustan893@gmail.com](mailto:wisnustan893@gmail.com)<sup>3</sup>



# Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan peradaban dan teknologi terutama kemunculan gawai, internet, dan media sosial telah mengubah berbagai aspek perilaku remaja, mulai dari kognitif dan afektif hingga psikomotor dan tindakan nyata (Lukiyana & Sofiyanti, 2021). Meskipun setiap individu unik, para peneliti membagi manusia ke dalam “generasi” berdasarkan rentang kelahiran dan pengalaman sejarah bersama (Alexis Abramson, 2017). Salah satu kelompok yang paling aktif dan mendominasi di dunia saat ini adalah Gen Z atau iGen yang lahir pada rentang tahun 1997–2012 (Beresford Research, 2023.). Mereka tumbuh di era digital dan dikenal menikmati kemandirian dalam proses belajar serta pengambilan keputusan (William H. Frey, 2020). Kondisi ini membuat mereka lebih cepat beradaptasi dengan perubahan, namun juga sangat bergantung pada teknologi dalam interaksi sehari-hari (Asri Wuni Wulandari, 2018).

Indonesia sebagai negara berkembang menghadapi tantangan tingginya angka pengangguran. Data Badan Pusat Statistik Indonesia, 2024 (BPS) menunjukkan bahwa TPT di Provinsi Sumut dari tahun 2018 hingga tahun 2024 berada pada kisaran 5-6%. Artinya bahwa dari setiap 100 orang dalam angkatan kerja, sekitar 5-6 orang adalah pengangguran. Disisi lain, rasio kewirausahaan di Indonesia juga masih tergolong rendah yaitu hanya sekitar 3,5%. Sebagai pembanding, rasio kewirausahaan di AS tercatat mencapai >12% dari total penduduknya, sedangkan Thailand 4,3%, Malaysia 4,7%, Singapura 8,8%, Tiongkok 10%, dan Jepang 11% (KemenkopUKM, 2020).

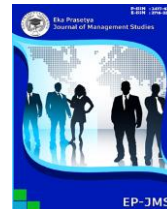
Beragam profesi dan bidang usaha terus mengalami perkembangan, dan salah satu jalur strategis yang semakin mendapat perhatian adalah wirausaha. Wirausahawan merupakan individu yang memiliki intensi, niat, dan keinginan untuk menciptakan hal-hal baru atau menambahkan nilai pada produk maupun jasa guna menyelesaikan permasalahan yang dihadapi konsumen (Barringer & Ireland, 2016). Dalam konteks sosial ekonomi, dorongan untuk menjadi wirausaha tidak hanya mencerminkan aspirasi pribadi, tetapi juga menjadi solusi potensial dalam mengatasi tingginya angka pengangguran. Keinginan menjadi wirausaha menggambarkan ketertarikan dan kesiapan individu untuk bekerja keras secara mandiri guna memenuhi kebutuhan hidup, meskipun dihadapkan pada risiko yang mungkin terjadi (Anggraeni & Harnanik, 2015). Oleh karena itu, meningkatkan minat berwirausaha sangat penting untuk memperbaiki rasio kewirausahaan nasional dan mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis inovasi dan kemandirian.

Penelitian ini berfokus pada mahasiswa Gen Z di STMB Multi Smart Medan sebagai subjek utama. Gen Z dinilai memiliki karakteristik unik, seperti adaptif terhadap teknologi, berpikir kritis, serta memiliki keinginan kuat untuk kebebasan finansial. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana faktor-faktor psikologis dan perilaku tersebut berkontribusi terhadap keinginan mereka dalam memilih jalur kewirausahaan. Prasurvei terhadap mahasiswa STMB Multi Smart menunjukkan bahwa tiga faktor utama yang memengaruhi keinginan berwirausaha Gen Z adalah kreativitas, jiwa kewirausahaan, dan ambisi besar untuk sukses. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keinginan berwirausaha. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perancangan program pengembangan kewirausahaan yang lebih efektif di lingkungan pendidikan tinggi.



# Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



## 2. KAJIAN LITERATUR

### 2.1. Keinginan Berwirausaha

Keinginan berwirausaha merupakan dorongan internal seseorang untuk memulai dan menjalankan usaha sendiri demi mencapai kemandirian ekonomi, kepuasan pribadi, dan kontribusi sosial. Menurut Hutabarat (2017), keinginan berwirausaha didefinisikan sebagai niat atau kehendak seseorang untuk membangun bisnis yang dikelola secara mandiri. Keinginan ini dipengaruhi oleh sejumlah faktor internal seperti motivasi, kepercayaan diri, nilai-nilai pribadi, serta faktor eksternal seperti lingkungan sosial, pendidikan, dan dukungan pemerintah.

Salah satu motivasi yang umum ditemukan adalah dorongan untuk mencapai kebebasan finansial. Menurut Kiyosaki (2019), wirausaha memungkinkan individu untuk menciptakan aliran pendapatan yang tidak bergantung pada pekerjaan formal, sehingga memberikan kontrol penuh atas kehidupan finansial mereka. Namun demikian, keinginan ini perlu didukung oleh kesiapan mental dan keterampilan kewirausahaan yang memadai agar dapat direalisasikan secara efektif.

### 2.2. Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan individu untuk menghasilkan ide-ide baru yang orisinal, bermanfaat, dan relevan dengan konteks tertentu. Dalam dunia kewirausahaan, kreativitas menjadi modal utama dalam mengidentifikasi peluang dan menciptakan solusi inovatif yang memiliki nilai pasar. Teresa Amabile (2016) mendefinisikan kreativitas sebagai proses menghasilkan ide yang secara simultan bersifat baru dan sesuai konteks, yang dalam praktiknya sangat penting dalam merancang produk atau layanan yang berbeda dari pesaing. Zimmerer (2018) juga menekankan bahwa kewirausahaan bukan hanya soal keberanian mengambil risiko, tetapi juga kemampuan berpikir kreatif dalam menemukan celah pasar dan menciptakan nilai tambah. Wirausahawan yang kreatif memiliki kecenderungan untuk melihat suatu masalah sebagai peluang, sehingga mampu menghasilkan inovasi berkelanjutan.

Adapun indikator kreativitas dalam konteks kewirausahaan meliputi kemampuan berpikir divergen, fleksibilitas ide, serta keterampilan dalam menyelesaikan masalah secara inovatif Teresa Amabile (2016).

### 2.3. Jiwa Kewirausahaan

Jiwa kewirausahaan mencerminkan sikap dan karakter yang ditandai oleh keberanian mengambil risiko, ketekunan, dan proaktivitas. Esthirahayu (2017) menemukan bahwa mahasiswa dengan jiwa kewirausahaan yang kuat menunjukkan intensi lebih tinggi untuk memulai usaha dibandingkan yang tidak memilikinya. Hal ini memperkuat asumsi bahwa jiwa kewirausahaan adalah salah satu pilar utama dalam pembentukan niat berwirausaha.

Seorang wirausaha harus memiliki kemampuan berpikir visioner, yaitu melihat ke depan dengan perhitungan matang dan mempertimbangkan berbagai alternatif solusi (Veron & Victor, 2022). Jiwa kewirausahaan perlu ditanamkan sejak dini agar individu menjadi mandiri, berpikir kritis, dan memiliki semangat untuk maju, terutama ketika menyadari pentingnya uang serta memiliki keterampilan atau produk yang dapat dijual (Binus Entrepreneurship Center, 2019).

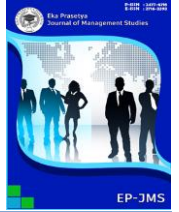
#### 2.4.1. Ambisi Besar untuk Sukses

Ambisi besar untuk sukses sering dikaitkan dengan dorongan internal untuk mencapai prestasi dan pengakuan sosial. McGrath dan MacMillan (2017) mengemukakan bahwa ambisi berfungsi



# Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

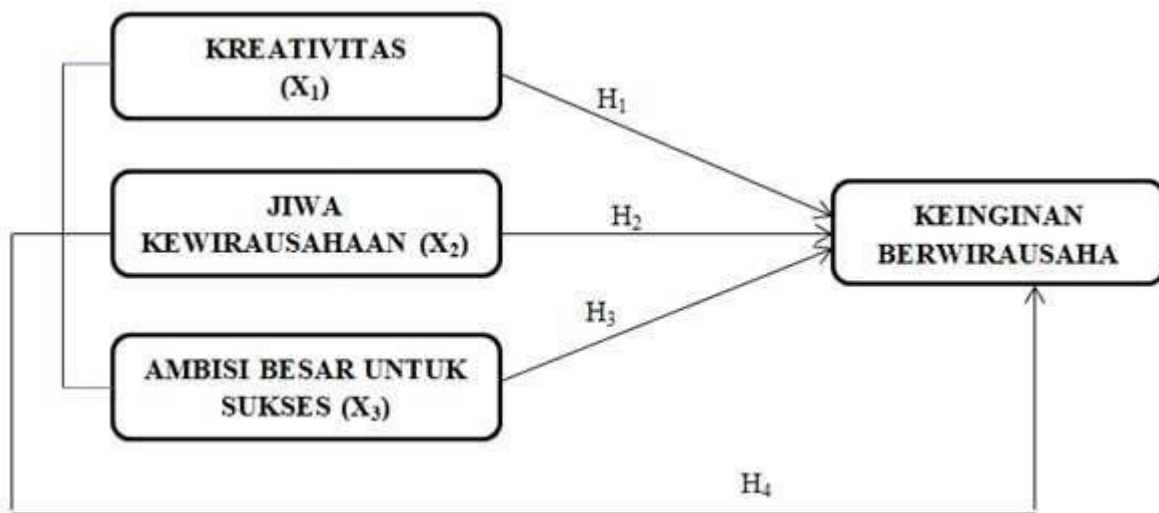
(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



sebagai pendorong motivasional, namun keberhasilannya sangat tergantung pada sejauh mana ambisi tersebut didukung oleh kompetensi dan kesempatan. Individu yang berambisi cenderung memiliki keterampilan non-kognitif yang kuat, seperti ketekunan dan pengendalian diri, yang membantu mereka mengatasi rintangan dan mencapai tujuan (Heckman & Kautz, 2015).

Namun, tidak semua penelitian menunjukkan ambisi sebagai faktor signifikan. Dalam beberapa kasus, ambisi yang tidak dibarengi dengan kreativitas dan sikap kewirausahaan justru cenderung menjadi harapan kosong. Oleh sebab itu, perlu dikaji secara empiris apakah ambisi memiliki pengaruh yang nyata terhadap niat berwirausaha.

## 2.2. Kerangka Konseptual dan Hipotesis



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**  
**Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data diolah)**

Hipotesis adalah pernyataan tentang sesuatu untuk sementara waktu yang dianggap benar. Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub>. Perilaku kreativitas berpengaruh terhadap keinginan gen Z untuk berwirausaha.

H<sub>2</sub>. Perilaku jiwa kewirausahaan berpengaruh terhadap keinginan gen Z untuk berwirausaha.

H<sub>3</sub>. Perilaku ambisi besar untuk sukses berpengaruh terhadap keinginan gen Z untuk berwirausaha.

H<sub>4</sub>. Perilaku kreativitas, jiwa kewirausahaan, dan ambisi besar untuk sukses secara simultan berpengaruh terhadap keinginan gen Z untuk berwirausaha.

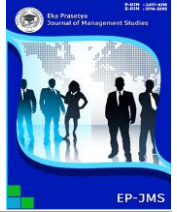
## 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena empiris secara sistematis (Muhajirin, 2024). Objek penelitian adalah mahasiswa Generasi Z STMB Multi Smart Medan, yang dipilih karena dianggap memiliki potensi kewirausahaan tinggi. Waktu penelitian dilakukan pada 30 Oktober 2024 sampai 07 November 2024 (Prasurvei) dan 20 Maret 2025 sampai 31 Maret 2025 (Survei).



# Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Gen Z angkatan 2022 hingga 2024, dengan sampel sebanyak 72 orang yang diambil menggunakan teknik purposive sampling dan rumus Slovin. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator dari ketiga variabel independen dan satu variabel dependen (John W. Creswell, 2019). Skala pengukuran menggunakan skala Likert 5 poin, dari Sangat Tidak Setuju (STS) 1 poin hingga Sangat Setuju (SS) 5 poin (Sugiyono, 2019). Tujuan dari pengambilan sampel adalah memahami karakteristik dari elemen sampel tersebut sehingga hasilnya bisa digeneralisasi ke seluruh populasi (Sudjana & Ibrahim, 2015).

Selanjutnya, data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan *software* IBM SPSS v25 meliputi: uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas instrumen, dilanjutkan dengan uji asumsi klasik meliputi normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Analisis utama menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap niat berwirausaha. Untuk uji validitas menggunakan analisis korelasi pearson dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Sementara itu, uji normalitas dilakukan dengan metode Kolmogorov-Smirnov, dan uji multikolinearitas dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan Tolerance. Adapun, Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen ( $X_1$ : kreativitas,  $X_2$ : jiwa kewirausahaan,  $X_3$ : ambisi besar untuk sukses) terhadap variabel dependen ( $Y$ : keinginan berwirausaha). Model regresi dievaluasi dengan melihat nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji F untuk signifikansi model, dan uji t untuk masing-masing variabel.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Hasil Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, diketahui bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai rata-rata (mean) yang cukup tinggi, menunjukkan kecenderungan positif dari responden terhadap masing-masing variabel. Variabel Kreativitas ( $X_1$ ) memiliki mean sebesar 39,97 dengan standar deviasi 3,361, dalam rentang skor antara 32 hingga 45. Jiwa Kewirausahaan ( $X_2$ ) memiliki mean 40,14 dan standar deviasi 3,663, dengan skor minimum 31 dan maksimum 45. Variabel Ambisi Besar untuk Sukses ( $X_3$ ) menunjukkan mean sebesar 30,78 dan standar deviasi 2,980, dengan skor terendah 23 dan tertinggi 35. Sementara itu, variabel Keinginan Berwirausaha ( $Y$ ) memiliki nilai rata-rata 31,54 dan standar deviasi 2,483, dengan rentang skor antara 27 hingga 35. Data ini mengindikasikan bahwa responden secara umum memiliki tingkat kreativitas, jiwa kewirausahaan, ambisi, dan keinginan berwirausaha yang tinggi dan cukup merata.

### 4.2. Hasil Uji Kualitas Data

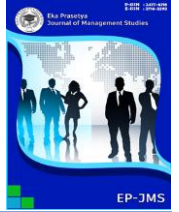
#### 4.2.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud secara tepat. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  terhadap  $r_{tabel}$ , serta memperhatikan nilai signifikansi (Sig. 2-tailed). Dalam penelitian ini, jumlah responden adalah 72 orang, sehingga pada tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ), nilai  $r_{tabel} = 0,232$ . Uji validitas terhadap instrumen penelitian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada keempat variabel: Kreativitas ( $X_1$ ), Jiwa Kewirausahaan ( $X_2$ ), Ambisi Besar untuk Sukses ( $X_3$ ), dan Keinginan Berwirausaha ( $Y$ ) dinyatakan valid. Untuk variabel Kreativitas yang terdiri dari 9 pernyataan, nilai  $r$  hitung berkisar antara 0,630 hingga 0,812, semuanya lebih besar dari  $r$  tabel



# Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



(0,232), dengan signifikansi 0,000. Variabel Jiwa Kewirausahaan juga terdiri dari 9 pernyataan dengan  $r$  hitung antara 0,525 hingga 0,773 dan signifikansi 0,000. Pada variabel Ambisi Besar untuk Sukses yang memiliki 7 pernyataan,  $r$  hitung berkisar dari 0,746 hingga 0,823, seluruhnya signifikan pada 0,000. Sementara itu, variabel Keinginan Berwirausaha diukur melalui 7 pernyataan, dengan  $r$  hitung antara 0,694 hingga 0,780 dan signifikansi 0,000. Karena seluruh nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa semua item pada instrumen penelitian ini valid dan layak digunakan untuk pengumpulan data.

#### 4.2.2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60 yang menandakan bahwa instrumen yang digunakan adalah reliabel (dapat diandalkan). Variabel Kreativitas ( $X_1$ ) dengan 9 item memperoleh nilai alpha sebesar 0,894, Jiwa Kewirausahaan ( $X_2$ ) dengan 9 item sebesar 0,865, Ambisi Besar untuk Sukses ( $X_3$ ) dengan 7 item sebesar 0,892, dan Keinginan Berwirausaha ( $Y$ ) dengan 7 item sebesar 0,851. Seluruh nilai tersebut  $> 0,60$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pada masing-masing variabel memiliki konsistensi internal yang sangat baik dan layak digunakan dalam penelitian ini.

#### 4.3. Hasil Uji Asumsi Klasik

##### 4.3.1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas didapatkan dari uji statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov yang menunjukkan bahwa nilai tingkat signifikansi yang dihasilkan  $> 0,05$ , yakni sebesar 0,054. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data tergolong berdistribusi normal.

##### 4.3.2. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dengan nilai korelasi untuk seluruh variabel independen menunjukkan nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat tanda-tanda gejala multikolinearitas pada seluruh variabel.

##### 4.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser dengan variabel ABS\_RES sebagai variabel dependen, diketahui nilai signifikan seluruh variabel independen memiliki nilai signifikan (Sig.)  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

#### 4.4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil output SPSS pada bagian B (Unstandardized Coefficients), diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

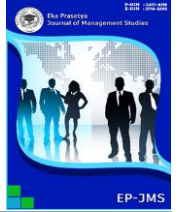
$$Y = 8,002 + 0,274X_1 + 0,263X_2 + 0,067X_3 + e$$

Konstanta ( $\alpha$ ) = 8,002 menunjukkan nilai tetap ketika nilai variabel bebas, yaitu kreativitas, jiwa kewirausahaan, dan ambisi besar untuk sukses, sama dengan 0. Dengan kata lain, keinginan berwirausaha akan tetap sebesar 8,002. Koefisien  $b_1(X_1) = 0,274$  menunjukkan bahwa variabel kreativitas memiliki pengaruh positif terhadap keinginan berwirausaha sebesar 0,274. Artinya, setiap peningkatan 1 satuan dalam variabel kreativitas akan mengakibatkan peningkatan keinginan berwirausaha sebesar 0,274 satuan. Koefisien  $b_2(X_2) = 0,263$  menunjukkan bahwa variabel jiwa



# Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap keinginan berwirausaha sebesar 0,263. Artinya, setiap peningkatan 1 satuan dalam variabel jiwa kewirausahaan akan mengakibatkan peningkatan keinginan berwirausaha sebesar 0,263 satuan. Koefisien  $b_3(X_3) = 0,067$  menunjukkan bahwa variabel ambisi besar untuk sukses memiliki pengaruh positif terhadap keinginan berwirausaha sebesar 0,067. Artinya, setiap peningkatan 1 satuan dalam variabel ambisi besar untuk sukses akan mengakibatkan peningkatan keinginan berwirausaha sebesar 0,067 satuan.

## 4.5. Hasil Uji Hipotesis

### 4.5.1. Uji T (Parsial)

Berdasarkan output SPSS, Variabel Kreativitas ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} 3,271 > t_{tabel} 1,995$  dengan tingkat signifikan  $0,002 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kreativitas dengan keinginan berwirausaha pada gen Z di STMB Multi Smart Medan. Artinya  $H_1$  diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Wardani & Dewi (2021), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Adanya pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi UNESA. Variabel Jiwa Kewirausahaan ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} 3,320 > t_{tabel} 1,995$  dengan tingkat signifikan  $0,002 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel jiwa kewirausahaan dengan keinginan berwirausaha pada gen Z di STMB Multi Smart Medan. Artinya  $H_2$  diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Rachmawati (2020), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa jiwa kewirausahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa akuntansi di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Variabel Ambisi Besar Untuk Sukses ( $X_3$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} 0,687 < t_{tabel} 1,995$  dengan tingkat signifikan  $0,494 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif, tetapi tidak signifikan antara variabel ambisi besar untuk sukses dengan keinginan berwirausaha pada gen Z di STMB Multi Smart Medan. Artinya  $H_3$  ditolak.

### 4.5.2. Uji F (Simultan)

Berdasarkan hasil ANNOVA, diketahui nilai  $F_{hitung} 30,647 > F_{tabel} 2,74$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel Kreativitas ( $X_1$ ), Jiwa Kewirausahaan ( $X_2$ ), dan Ambisi Besar Untuk Sukses ( $X_3$ ) secara simultan dengan keinginan berwirausaha pada gen Z di STMB Multi Smart Medan. Artinya  $H_4$  diterima.

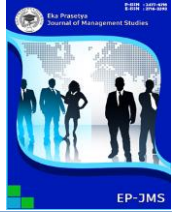
### 4.5.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Dalam uji koefisien determinasi, didapatkan nilai R Square sebesar 0,575; yang berarti sebesar 57,5% variasi dalam variabel dependen keinginan berwirausaha dapat dijelaskan oleh variabel independen kreativitas, jiwa kewirausahaan, dan ambisi besar untuk sukses. Sedangkan, sisanya sebesar 42,5% ( $100\% - 57,5\%$ ) dijelaskan oleh faktor lain yang belum diteliti, misalnya: lingkungan keluarga, modal, pengalaman, pendidikan, dll. Nilai R Square sebesar 57,5% dalam penelitian ini dapat dikatakan cukup baik, terutama mengingat bahwa penelitian ini berada dalam ranah ilmu sosial. Dalam bidang sosial, nilai R Square sebesar 50% ke atas umumnya sudah dianggap memadai,



# Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



mengingat perilaku manusia dipengaruhi oleh banyak faktor yang tidak selalu dapat dimasukkan seluruhnya ke dalam model regresi.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Kreativitas dan Jiwa Kewirausahaan memiliki peran penting dalam mendorong Keinginan Berwirausaha. Kedua variabel tersebut terbukti berpengaruh positif dan signifikan secara parsial. Meskipun ambisi besar untuk sukses juga merupakan faktor internal yang penting, namun tidak cukup signifikan untuk memengaruhi keinginan berwirausaha jika berdiri sendiri. Adapun secara simultan (bersama-sama) Kreativitas, Jiwa Kewirausahaan, dan Ambisi Besar Untuk Sukses berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keinginan Berwirausaha pada gen Z di STMB Multi Smart Medan.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi lembaga pendidikan tinggi untuk lebih menekankan pada pengembangan kreativitas dan karakter kewirausahaan dalam kurikulum. Selanjutnya, penelitian ini juga memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan sampel dari satu institusi, sehingga disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan cakupan yang lebih luas dan melibatkan variabel lain.

Hasil ini menyiratkan bahwa strategi peningkatan kewirausahaan di lingkungan kampus harus menekankan pengembangan soft skills yang berkaitan dengan kreativitas dan keberanian mengambil risiko. Institusi pendidikan perlu menyediakan fasilitas pembinaan seperti inkubator bisnis, kompetisi ide bisnis, dan bimbingan mentor profesional untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan yang berkelanjutan.

Untuk penelitian lanjutan, disarankan agar dilakukan pendekatan campuran (*mixed-method*) dengan melibatkan wawancara mendalam agar memperoleh wawasan kualitatif lebih luas. Selain itu, variabel seperti efikasi diri, dukungan sosial, dan literasi keuangan juga dapat dieksplorasi lebih lanjut untuk memperkaya pemahaman tentang niat berwirausaha.

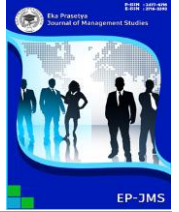
## DAFTAR PUSTAKA

- Amabile, T. (2016). *Creative Thinking Journal*. Diakses dari <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/11290/3/BAB%202.pdf>
- Arum, L. S. , et al. (2023). Karakteristik Generasi Z Dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. In *Accounting Student Research Journal* (Vol. 2, Issue 1). <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>
- Babbie, E. R. (2016). *The Practice of Social Research* (Cetak Ulang). Cengage Learning. [https://books.google.co.id/books/about/The\\_Practice\\_of\\_Social\\_Research.html?id=ZsWFCwAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/The_Practice_of_Social_Research.html?id=ZsWFCwAAQBAJ&redir_esc=y)



# Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)

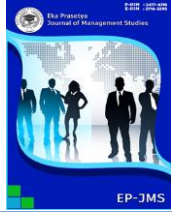


- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2024, November 6). *Tingkat Pengangguran Terbuka Menurut Provinsi (Persen)*, 2024. Diakses dari <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTQzIzI=/unemployment-rate-by-province.html>
- Beresford Research. (2024). *Generations defined by name, birth year, and ages in 2024*. Diakses dari <https://www.beresfordresearch.com/age-range-by-generation/>
- Binus Entrepreneurship Center. (2019, July 4). *Jiwa Kewirausahaan*. Diakses dari <https://binus.ac.id/entrepreneur/2019/07/04/jiwa-kewirausahaan/>
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. <https://doi.org/10.5539/ELT.V12N5P40>
- Esthirahayu, D. P. , et al. (2017). *Konsep Dasar Kewirausahaan Dan Proses Kewirausahaan*. Diakses dari [https://www.academia.edu/11242697/Konsep\\_dasar\\_kewirausahaan](https://www.academia.edu/11242697/Konsep_dasar_kewirausahaan)
- Fisipol UGM. (2023, December 7). *Menilik Karakteristik Gen Z dalam Dunia Kewirausahaan*. Diakses dari <https://chub.fisipol.ugm.ac.id/2023/12/07/menilik-karakteristik-gen-z-dalam-dunia-kewirausahaan/>
- Heckman, J. J., & Kautz, T. (2015). *Fostering and measuring skills: Interventions that improve character and cognition*. In J. E. Heckman, J. Humphries, & T. Kautz (Eds.), *The myth of achievement tests: The GED and the role of character in American life* (pp. 341–430). University of Chicago Press.
- Kiyosaki, R. T. (2017). *Rich Dad: The Business of the 21st Century* (J. Fleming & K. Kiyosaki, Eds.; Vol. 1). Plata Publishing.
- Lesmono, R. (2024). *Menelusuri Definisi Operasional Menurut Para Ahli*. Diakses dari <https://redasamudera.id/definisi-operasional-menurut-para-ahli/>
- Lukiyana & Sofiyanti, F. (2021). *Pengaruh Personality Dan Perilaku Antar Karyawan Terhadap Kinerja Yang Dimoderasi Oleh Kecerdasan Emosional* (Vol. 9, Issue 1). Online.
- Muhajirin., et al. (2024). Pendekatan Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Tahapan Penelitian. *Journal Genta Mulia*, 15, 1.
- Noor, A. , et al. (2020). *Jurnal Plakat Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat Pengembangan Jiwa Entrepreneur Dalam Meningkatkan Jumlah Wirausaha Muda*. 2(1). Diakses dari <https://adoc.pub/queue/bab-ii-tinjauan-pustaka-thomas-w-zimmerer-dalam-suryana-2003.html#>



# Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



- Pricilia, A. A. , et al. (2021). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas di Jakarta* (Vol. 2, Issue 2).
- Rachmawati, D. (2020). Pengaruh jiwa kewirausahaan, lingkungan keluarga, mata kuliah kewirausahaan, dan pengetahuan akuntansi terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (Doctoral dissertation, Wijaya Kusuma University).
- Rizaldi, O. (2024). *Kreativitas dan Inovasi dalam Kewirausahaan: Menyemangati Jiwa Wirausaha Anda*. Diakses dari <https://tambahpinter.com/kreativitas-dan-inovasi-dalam-kewirausahaan/>
- Rustika, I. M. (2017). *Efikasi Diri: Tinjauan Teori Albert Bandura*. 20(1), 18–25. <https://doi.org/10.22146/bpsi.11945>
- Situmorang, A. P. (2021, July 28). *Rata-Rata Rasio Wirausaha di Negara Maju 12 Persen, Indonesia Baru 3,74 Persen*. Diakses dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4617800/rata-rata-rasio-wirausaha-di-negara-maju-12-persen-indonesia-baru-374-persen>
- Sugiyono. (2019). *Data Primer Menurut Sugiyono 2019*. Diakses dari <https://www.ilmu.co.id/data-primer-menurut-sugiyono-2019>
- Thabroni, G. (2022, September 6). *Kreativitas: Pengertian, Proses, Ciri, Teori & Faktor yang Mempengaruhi*. Diakses dari <https://serupa.id/kreativitas-pengertian-proses-ciri-teori-faktor-yang-mempengaruhi/>
- Veron & Victor. (2022). Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Kemandirian Pribadi Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Kuliner Di Asia Mega Mas Medan. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 12(1), 49–57. <https://doi.org/10.52643/jam.v12i1.2109>
- Wardani, N. T., & Dewi, R. M. (2021). Pengaruh Motivasi, Kreativitas, Inovasi dan Modal Usaha terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 93.
- Wulandari, A. W. (2018, April 2). *Perilaku Generasi Z, Antara Kutub Positif dan Negatif*. Diakses dari <https://www.ayobandung.com/internasional/pr-79631827/perilaku-generasi-z-antara-kutub-positif-dan-negatif>