

Membangun Niat Berwirausaha Mahasiswa melalui *Self-efficacy* dan Dukungan Lingkungan

Yudi Siyamto*¹, Endah Wening Budiningrum², Irine Diana Sari Wijayanti³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta

Correspondence: yudi.siyamto@live.com

Received: 30 Oktober 2025 | Revised: 25 Januari 2026 | Accepted: 9 April 2026

Keywords:

Creativity,
Entrepreneurial
Intention,
Environmental
Support, *Self-Efficacy*

Abstract

Indonesia's high unemployment rate, reaching 7.28 million people, highlights the urgency of strengthening student entrepreneurship as a driver of job creation. This study examines the effects of environmental support, *Self-efficacy*, and creativity on students' entrepreneurial intention. This research employs a quantitative approach with a survey design. Data were collected from 166 final-year students of the Yogyakarta Academy of Administrative Management and analyzed using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (SmartPLS). The results show that environmental support and *Self-efficacy* significantly influence entrepreneurial intention, while creativity has no significant effect. Moreover, *Self-efficacy* mediates the relationship between environmental support and entrepreneurial intention, indicating that confidence acts as a psychological bridge transforming external support into entrepreneurial drive. These findings emphasize the importance of cultivating an educational environment that fosters both confidence and social support to encourage students to create new business opportunities.

Kata Kunci:

Dukungan
Lingkungan,
Kreativitas, Niat
Berwirausaha, *Self-Efficacy*

Abstract

Tingginya angka pengangguran di Indonesia yang mencapai 7,28 juta jiwa menegaskan pentingnya penguatan peran kewirausahaan mahasiswa sebagai solusi penciptaan lapangan kerja. Penelitian ini menganalisis pengaruh dukungan lingkungan, *Self-efficacy*, dan kreativitas terhadap niat berwirausaha mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Data dikumpulkan dari 166 mahasiswa semester akhir Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta dan dianalisis menggunakan *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (SmartPLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan lingkungan dan *Self-efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap niat berwirausaha, sementara kreativitas tidak berpengaruh signifikan. Selain itu, *Self-efficacy* terbukti memediasi hubungan antara dukungan lingkungan dan niat berwirausaha, menegaskan bahwa keyakinan diri menjadi saluran psikologis yang mengubah dukungan eksternal menjadi intensi kewirausahaan. Temuan ini menegaskan pentingnya ekosistem pembelajaran yang mampu menumbuhkan rasa percaya diri dan dukungan sosial agar mahasiswa terdorong menciptakan peluang usaha baru.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan berperan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan mengurangi pengangguran. Melalui aktivitas kewirausahaan, lahir inovasi, lapangan kerja baru, dan kontribusi terhadap kemandirian ekonomi (Audretsch et al., 2006; Baumol & Strom, 2007; Carree & Thurik, 2010; Wennekers & Thurik, 1999). Namun, dalam konteks Indonesia, peran ini belum sepenuhnya optimal. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS) yang dikutip oleh Kompas.com (2025), jumlah pengangguran di Indonesia mencapai 7,28 juta orang per Februari 2025, dengan tingkat pengangguran terbuka sebesar 4,67 persen, yang menjadikan Indonesia sebagai negara dengan tingkat pengangguran tertinggi di Asia Tenggara. Kondisi ini memperlihatkan bahwa tantangan pengangguran di Indonesia bukan hanya persoalan nasional, tetapi juga mencerminkan lemahnya daya saing ekonomi regional di kawasan ASEAN (Zahra & Dzulfaroh, 2025).

Lebih jauh lagi, data BPS (2024) menunjukkan bahwa tren penyerapan tenaga kerja di sektor formal mengalami penurunan signifikan, dari 15,6 juta orang pada periode 2009–2014, menjadi 8,5 juta orang pada 2014–2019, dan bahkan hanya sekitar 2 juta orang pada periode 2019–2024. Penurunan tersebut mengindikasikan semakin terbatasnya peluang kerja formal bagi angkatan kerja baru. Akibatnya, banyak lulusan muda menghadapi situasi kompetitif yang tidak seimbang antara ketersediaan lapangan kerja dan jumlah pencari kerja. Dalam waktu yang sama, (Safitri & Rezza, 2025) mencatat bahwa lebih dari 59% pengangguran di Indonesia berasal dari kelompok usia 15–29 tahun, yang sebagian besar merupakan generasi Z.

Fenomena ini menunjukkan bahwa kemampuan dan pengetahuan akademik belum sepenuhnya terkonversi menjadi keberanian untuk menciptakan usaha sendiri. Mengingat bahwa mahasiswa sebagai kelompok terdidik seharusnya menjadi pionir dalam menciptakan peluang ekonomi baru. Namun, realitanya banyak mahasiswa yang masih memandang bekerja di sektor formal sebagai tujuan utama (Kusmintarti et al., 2014). Kondisi ini menunjukkan bahwa niat berwirausaha (*entrepreneurial intention*) menjadi aspek yang sangat penting untuk dikaji, mengingat bahwa niat merupakan fondasi dari perilaku aktual seseorang (Ajzen, 1991; Krueger Jr et al., 2000). Oleh karena itu, tanpa niat yang kuat potensi kewirausahaan tidak akan terwujud menjadi tindakan nyata.

Untuk memahami niat berwirausaha, penelitian ini berangkat dari kerangka *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), di mana niat seseorang dipengaruhi oleh faktor sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks ini, persepsi kontrol perilaku direpresentasikan oleh *Self-efficacy*, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas atau menghadapi tantangan (Bandura, 1990). *Self-efficacy* penting dipilih karena dalam konteks kewirausahaan, keyakinan diri menentukan seberapa jauh seseorang berani mengambil risiko dan bertahan dalam kondisi tidak pasti (Hossain et al., 2024). Individu dengan *Self-efficacy* tinggi lebih percaya diri dalam mengembangkan ide bisnis, menghadapi kegagalan, dan mencari solusi atas hambatan yang muncul (Tsai et al., 2016).

Selain keyakinan diri, kemampuan berpikir kreatif juga menjadi kunci penting dalam membangun niat berwirausaha. Kreativitas memungkinkan individu mengenali peluang dari situasi yang tidak pasti, berpikir inovatif, dan menghasilkan ide yang bernilai ekonomi (Amabile, 2018; Hu et al., 2018). Dalam era digital dan persaingan terbuka seperti saat ini,

keaktivitas tidak hanya menjadi faktor pelengkap, tetapi prasyarat bagi kelangsungan usaha. Oleh karena itu, kreativitas dipilih sebagai variabel penting karena menjadi penghubung antara ide dan tindakan kewirausahaan (Shirokova et al., 2016).

Baik *self-efficacy* maupun kreativitas tidak muncul secara otomatis, dimana keduanya membutuhkan lingkungan yang mendukung. Karena itu, dukungan lingkungan menjadi variabel utama yang berperan sebagai faktor eksternal pembentuk kondisi psikologis kewirausahaan. Dukungan dari keluarga, teman, kampus, dan masyarakat sekitar dapat menumbuhkan rasa aman untuk mencoba, mengurangi ketakutan akan kegagalan, dan meningkatkan motivasi untuk berinovasi (Farrukh et al., 2016; Nowiński et al., 2019). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa dukungan lingkungan berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha melalui peningkatan *self-efficacy* dan kreativitas (Maziriri et al., 2019; Shinnar et al., 2018).

Namun, berdasarkan hasil penelitian sebelumnya tidak selalu konsisten, dimana (Wardani & Nugraha, 2021) menyatakan bahwa dukungan lingkungan terhadap niat berwirausaha menjadi lemah ketika *self-efficacy* individu rendah. Sebaliknya, (Nasip et al., 2017) menunjukkan bahwa *self-efficacy* saja tidak cukup menjelaskan niat berwirausaha tanpa adanya dorongan sosial yang kuat dari lingkungan sekitar. Selain itu, Jiatong et al., (2021) menemukan bahwa meskipun faktor psikologis seperti *self-efficacy* dan kreativitas berperan penting dalam meningkatkan niat berwirausaha, pengaruhnya sangat bergantung pada konteks pendidikan dan lingkungan sosial tempat individu berada. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa peran dukungan lingkungan dan faktor psikologis perlu dikaji secara simultan untuk memahami mekanisme pembentukan niat berwirausaha secara lebih utuh, khususnya dalam konteks mahasiswa di Indonesia yang menghadapi dinamika sosial dan ekonomi yang khas. Oleh karena itu, kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian simultan antara dukungan lingkungan, *self-efficacy*, dan kreativitas dalam satu model terintegrasi pada konteks mahasiswa Indonesia, yang hingga saat ini masih relatif terbatas dalam literatur empiris.

Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini memilih tiga variabel utama yaitu dukungan lingkungan, *self-efficacy*, dan kreativitas sebagai representasi dari faktor eksternal dan internal yang membentuk *entrepreneurial intention*. Kombinasi ini memungkinkan analisis yang lebih komprehensif karena menggabungkan pengaruh sosial, psikologis, dan kognitif terhadap pembentukan niat kewirausahaan. Secara teoretis, penelitian ini mengintegrasikan *Theory of Planned Behavior* dengan pendekatan *Social Cognitive Theory*, dimana integrasi TPB dan SCT memungkinkan pemahaman yang lebih komprehensif, di mana niat berwirausaha tidak hanya dipengaruhi oleh sikap dan norma (Ajzen, 1991), tetapi juga oleh persepsi kemampuan diri yang dikonstruksi melalui pengalaman dan dukungan sosial (Bandura, 1990). Selain itu, konsep *creativity-based entrepreneurship* (Amabile, 2018), untuk menggambarkan proses psikologis dan sosial yang mendorong seseorang berniat menjadi wirausahawan.

Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis *Structural Equation Modeling* berbasis SmartPLS, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh dukungan lingkungan terhadap *self-efficacy* dan kreativitas serta dampaknya terhadap niat berwirausaha mahasiswa. Pendekatan ini menjadi relevan mengingat generasi muda saat ini menghadapi ketidakpastian ekonomi dan menuntut kemampuan adaptif berbasis kreativitas dan keyakinan diri, sehingga hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan model

perilaku kewirausahaan di konteks pendidikan tinggi, serta implikasi praktis bagi perguruan tinggi dalam merancang ekosistem kewirausahaan yang mampu memperkuat kreativitas dan kepercayaan diri mahasiswa dalam mewujudkan kemandirian ekonomi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori untuk menguji pengaruh kausal antarvariabel dalam model konseptual. Pendekatan ini memungkinkan penjelasan empiris mengenai hubungan antar konstruk berdasarkan data numerik (Creswell & Creswell, 2017). Model penelitian dikembangkan berdasarkan integrasi antara *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) dan *Social Cognitive Theory* (Bandura, 1990), yang menekankan bahwa niat berwirausaha dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal seperti keyakinan diri, dukungan sosial, dan kreativitas. Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa tingkat akhir Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta, karena pada tahap ini mereka mulai menentukan pilihan karier secara realistis (Liñán & Chen, 2009). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *census sampling*, di mana seluruh anggota populasi dijadikan target responden. Dari total populasi mahasiswa tingkat akhir yang terdaftar pada periode penelitian, sebanyak 189 mahasiswa berpartisipasi dalam pengisian kuesioner daring. Namun, setelah melalui proses penyaringan data (*data screening*), sebanyak 166 kuesioner responden dinyatakan valid dan layak dianalisis, sedangkan sisanya sebanyak 23 kuesioner dieliminasi karena tidak lengkap dan tidak memenuhi kriteria pengisian yang ditetapkan. Jumlah ini dinilai memadai untuk analisis PLS-SEM sesuai rekomendasi (Hair et al., 2019).

Instrumen penelitian diadaptasi dari sumber-sumber terverifikasi dan diukur menggunakan skala Likert lima poin (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju). Konstruk kreativitas diadaptasi dari (Zhou & George, 2001); *self-efficacy* diadaptasi dari (Chen et al., 1998; Nurningsih et al., 2024); dukungan lingkungan diadaptasi dari (Darmawan, 2023; Novianti & Malinda, 2025; Wardani & Jelati, 2022; Wardani & Nugraha, 2021); sedangkan niat berwirausaha menggunakan instrumen dari (Liñán & Chen, 2009) dan (Hendrawan & Sirine, 2017). Analisis data menggunakan SmartPLS 3.0 karena metode PLS-SEM efektif untuk model dengan konstruk laten ganda dan sampel berukuran kecil-menengah (Hair et al., 2021; Sarstedt et al., 2019). Pengujian dilakukan melalui dua tahap, yaitu outer model untuk menguji validitas dan reliabilitas, serta inner model untuk menguji hubungan antarvariabel. Validitas konvergen dinilai melalui $AVE \geq 0,50$, reliabilitas melalui CR dan Cronbach's Alpha $\geq 0,70$, serta validitas diskriminan menggunakan HTMT $\leq 0,85$ (Henseler & Sarstedt, 2013). Uji signifikansi dilakukan dengan bootstrapping 5.000 resampling pada tingkat signifikansi 5%. Kelayakan model dinilai berdasarkan R^2 , Q^2 , dan f^2 untuk mengukur kekuatan prediksi dan pengaruh antar konstruk (Hair et al., 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil pengujian outer model menunjukkan bahwa seluruh indikator pada setiap konstruk memiliki nilai loading factor di atas 0,70 (tabel 1), sehingga memenuhi kriteria *convergent validity* (Hair et al., 2021). Konstruk kreativitas memiliki *loading factor* antara 0,743–0,887 dengan nilai *Cronbach's Alpha* (CA) 0,834, *Average Variance Extracted* (AVE) 0,667, dan *Composite Reliability* (CR) 0,888. Nilai tersebut menunjukkan bahwa indikator pada konstruk

keaktivitas memiliki konsistensi internal yang baik dalam merepresentasikan kemampuan berpikir kreatif mahasiswa. Konstruk *self-efficacy* menunjukkan hasil yang sangat kuat dengan loading factor 0,889–0,944, CA 0,931, AVE 0,829, dan CR 0,951. Hal ini menandakan bahwa indikator pada konstruk *self-efficacy* memiliki reliabilitas dan validitas konvergen yang tinggi, menggambarkan keyakinan diri mahasiswa dalam mengelola berbagai aspek usaha secara konsisten

Selanjutnya, konstruk dukungan lingkungan juga menunjukkan kualitas pengukuran yang baik dengan *loading factor* 0,895–0,920, CA 0,927, AVE 0,821, dan CR 0,948. Nilai-nilai ini mengindikasikan bahwa dukungan dari keluarga, teman, dosen, dan lingkungan kampus secara konsisten membentuk persepsi positif terhadap dukungan kewirausahaan mahasiswa. Terakhir, konstruk niat berwirausaha memiliki hasil paling kuat dengan *loading factor* 0,896–0,953, CA 0,938, AVE 0,843, dan CR 0,955. Temuan ini menunjukkan bahwa indikator seperti keinginan memulai usaha dan tekad menjadi wirausahawan memiliki reliabilitas dan konsistensi internal yang sangat tinggi. Dengan demikian, seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria *convergent validity* dan *composite reliability* sesuai standar pengujian model pengukuran PLS-SEM (Fornell & Larcker, 1981; Hair et al., 2021).

Tabel : 1
Hasil Uji Outer Model, Reliabilitas, dan Validitas Konvergen

Variabel	Item	Pernyataan	Loading Factor	CA	AVE	CR
Kreativitas (KRT)	KRT1	Saya menemukan ide berbeda untuk menyelesaikan masalah	0.753	0.834	0.667	0.888
	KRT2	Saya mencoba pendekatan tidak biasa dalam mengerjakan tugas	0.743			
	KRT3	Saya senang menggabungkan berbagai ide untuk menghasilkan solusi baru	0.874			
	KRT4	Saya berusaha mencari cara inovatif untuk meningkatkan kualitas pekerjaan	0.887			
<i>Self-efficacy</i>	SE1	Saya yakin mampu memulai usaha sendiri	0.889	0.931	0.829	0.951
	SE2	Saya percaya dapat mengatasi hambatan dalam berwirausaha	0.944			
	SE3	Saya yakin dapat mengelola aspek pemasaran dalam usaha	0.907			
	SE4	Saya yakin dapat mengelola aspek keuangan dalam usaha	0.901			
Dukungan Lingkungan	Link1	Keluarga saya mendukung jika saya ingin berwirausaha.	0.903	0.927	0.821	0.948
	Link2	Teman atau sahabat saya memberi semangat untuk berwirausaha.	0.895			
	Link3	Dosen/kampus memberikan dukungan dalam hal pengetahuan atau fasilitas kewirausahaan.	0.920			
	Link4	Saya merasa lingkungan sekitar saya menghargai aktivitas wirausaha.	0.906			
Niat Berwirausaha	Int1	Saya berniat untuk memulai usaha sendiri di masa depan.	0.906	0.938	0.843	0.955
	Int2	Saya merencanakan untuk memiliki usaha dalam 1–2 tahun mendatang.	0.917			
	Int3	Saya akan berusaha keras untuk dapat menjadi wirausahawan.	0.953			
	Int4	Setelah lulus kuliah, saya ingin fokus mengembangkan usaha sendiri.	0.896			

Uji validitas diskriminan (tabel 2) dilakukan untuk memastikan perbedaan empiris antar konstruk dalam model. Berdasarkan kriteria *Fornell–Larcker*, nilai akar kuadrat AVE pada setiap konstruk kreativitas (0,817), lingkungan (0,906), *self-efficacy* (0,911), dan niat berwirausaha (0,918) lebih tinggi dibandingkan korelasi antar konstruk, sehingga memenuhi syarat validitas diskriminan (Fornell & Larcker, 1981). Hasil uji HTMT juga menunjukkan seluruh nilai di bawah ambang batas 0,90 dengan nilai tertinggi 0,868 antara konstruk lingkungan dan *self-efficacy*, menandakan tidak adanya *multikolinearitas* konseptual (Henseler & Sarstedt, 2013). Dengan demikian, seluruh konstruk memiliki validitas diskriminan yang baik dan mampu mengukur konsep yang berbeda secara sah dan reliabel.

Tabel : 2
Validitas Diskriminan *Fornell–Larcker* dan HTMT

Variabel	Kreativitas	Lingkungan	<i>Self-efficacy</i>	Niat Berwirausaha
Kreativitas	0.817	0.760	0.836	0.712
Lingkungan	0.685	0.906	0.868	0.822
<i>Self-efficacy</i>	0.752	0.806	0.911	0.827
Niat Berwirausaha	0.648	0.769	0.774	0.918

Catatan: Nilai diagonal tebal dan bawah menunjukkan *Fornell–Larcker Criterion*, sedangkan nilai di atas diagonal menunjukkan rasio HTMT.

Berdasarkan hasil pada tabel 3, nilai SRMR sebesar 0,078 berada di bawah batas 0,10, menunjukkan bahwa model memiliki kesesuaian yang baik. Nilai *d_ULS* (0,823) dan *d_G* (0,374) juga tergolong memadai menurut kriteria PLS-SEM (Hair et al., 2021) menandakan tidak terdapat penyimpangan berarti antara model teoritis dan empiris. Selain itu, nilai NFI sebesar 0,876 melebihi ambang 0,80, yang mengindikasikan kesesuaian model struktural dengan data. Secara keseluruhan, hasil ini menegaskan bahwa model memiliki *good model fit* dan layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis selanjutnya.

Tabel : 3
Goodness of Fit Model

Indeks	Model Saturated	Model Estimasi	Kriteria Batas	Kesimpulan
SRMR	0.058	0.078	< 0.10	Fit
<i>d_ULS</i>	0.463	0.823	-	Memadai
<i>d_G</i>	0.317	0.374	-	Memadai
NFI	0.887	0.876	> 0.80	Fit

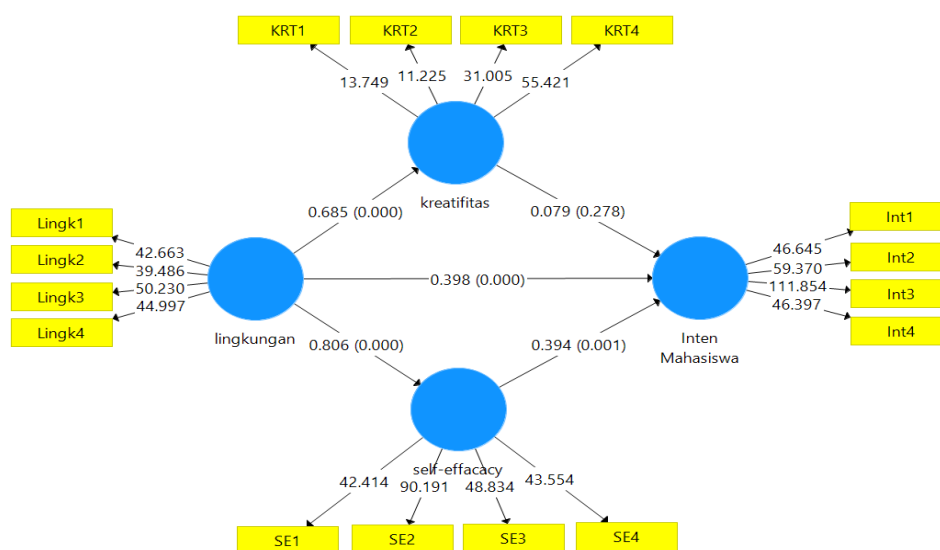
Hasil pada tabel 4 menunjukkan bahwa model memiliki daya jelaskan yang tinggi. Variabel niat berwirausaha memiliki nilai R^2 sebesar 0,662 dan Adjusted R^2 0,656, artinya 66,2% variasinya dijelaskan oleh kreativitas, lingkungan, dan *Self-efficacy*, yang tergolong kuat (Chin, 2010). Variabel kreativitas memiliki R^2 sebesar 0,470, menunjukkan bahwa 47% variansinya dijelaskan oleh dukungan lingkungan, sedangkan *Self-efficacy* memiliki R^2 sebesar 0,650, yang berarti 65% variasinya juga dipengaruhi oleh lingkungan. Selain itu, nilai Q^2 untuk ketiga variabel endogen positif (0,301 untuk kreativitas, 0,534 untuk *Self-efficacy*, dan 0,546 untuk niat berwirausaha), menandakan model memiliki kemampuan prediktif yang baik. Dengan demikian, model ini dapat diandalkan dalam menjelaskan dan memprediksi niat berwirausaha mahasiswa.

Tabel : 4
Hasil Nilai *Stone-Gesser's Q²* dan *Adjusted R-squared*

Varibel	R^2	R^2 Adjusted	Q^2
Niat Berwirausaha	0.662	0.656	0.546
Kreativitas	0.470	0.647	0.301

Self-efficacy	0.650	0.648	0.534
---------------	-------	-------	-------

Hasil pengujian langsung (tabel 5) menunjukkan bahwa tidak semua hubungan antar variabel signifikan. Jalur H1 (Kreativitas → Niat Berwirausaha) memiliki koefisien 0,079 dengan p-value 0,278, sehingga tidak signifikan karena nilai $p > 0,05$. Artinya, kreativitas belum terbukti secara langsung memengaruhi niat berwirausaha. Sebaliknya, H2 (Lingkungan → Niat Berwirausaha) signifikan dengan koefisien 0,769, t-statistic 14,812, dan p-value 0,000, menunjukkan bahwa dukungan lingkungan berperan penting dalam meningkatkan niat berwirausaha. Jalur H3 (*Self-efficacy* → Niat Berwirausaha) juga signifikan (koefisien 0,394; p-value 0,001), menandakan bahwa semakin tinggi keyakinan diri, semakin kuat niat untuk berwirausaha. Selanjutnya, H4 (Lingkungan → Kreativitas) dan H5 (Lingkungan → *Self-efficacy*) menunjukkan pengaruh yang sangat kuat dan signifikan, masing-masing dengan koefisien 0,685 dan 0,806 (p-value 0,000). Secara keseluruhan, hanya hubungan antara kreativitas dan niat berwirausaha (H1) yang tidak signifikan, sedangkan jalur lainnya menunjukkan pengaruh kuat tanpa indikasi *multikolinearitas* ($VIF < 5$).



Gambar. 1 Hasil model struktural

Tabel : 5

Hasil nilai pengujian hipotesis langsung

Jalur	Coef.	2,5%	97,5%	T stat	Sig	f ²	VIF	Hasil
H1 Kreativitas → Niat Berwirausaha	0.079	-0.058	0.232	0.073	0.278	0.008	2.404	Tidak didukung
H2 Lingkungan → Niat Berwirausaha	0.769	0.652	0.852	14.812	0.000	0.157	2.978	Mendukung
H3 <i>Self-efficacy</i> → Niat Berwirausaha	0.394	0.181	0.632	3.379	0.001	0.126	3.639	Mendukung
H4 Lingkungan → Kreativitas	0.685	0.571	0.776	13.066	0.000	0.886	1.000	Mendukung
H5 Lingkungan → <i>Self-efficacy</i>	0.806	0.721	0.686	21.474	0.000	1.865	1.000	Mendukung

Tabel : 6

Hasil nilai pengujian hipotesis tidak langsung

Jalur	Coef.	2,5%	97,5%	T stat	Sig	upsilon v	Hasil
H6 Lingkungan → Kreativitas → Niat Berwirausaha	0.054	-0.040	0.165	1.057	0.290	0.002	Tidak Mendukung
H7 Lingkungan → <i>Self-efficacy</i> → Niat Berwirausaha	0.317	0.141	0.254	3.188	0.001	0.100	Mendukung

Selanjutnya hasil pengujian pengaruh tidak langsung (tabel 6) menunjukkan bahwa jalur H6 (Lingkungan → Kreativitas → Niat Berwirausaha) tidak signifikan dengan koefisien 0,054 dan p-value 0,290, menandakan bahwa kreativitas tidak memediasi hubungan antara lingkungan dan niat berwirausaha. Sebaliknya, jalur H7 (Lingkungan → *Self-efficacy* → Niat Berwirausaha) signifikan dengan koefisien 0,317 dan p-value 0,001, menunjukkan adanya mediasi yang kuat. Artinya, dukungan lingkungan dapat meningkatkan *Self-efficacy* mahasiswa, yang selanjutnya memperkuat niat mereka untuk berwirausaha.

Pembahasan

Temuan penelitian ini memberikan pemahaman baru tentang pembentukan niat berwirausaha mahasiswa melalui peran *self-efficacy*, kreativitas, dan dukungan lingkungan, berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) dan *Social Cognitive Theory* (Bandura, 1990). Hasil menunjukkan bahwa *self-efficacy* dan dukungan lingkungan menjadi faktor dominan dalam membentuk niat berwirausaha, sedangkan kreativitas berperan tidak langsung. Hubungan signifikan antara dukungan lingkungan dan niat berwirausaha mengonfirmasi dimensi *subjective norm* dalam TPB, di mana persepsi dukungan sosial dari keluarga, teman, dan institusi memengaruhi niat seseorang untuk berwirausaha (Liñán & Chen, 2009; Nowiński et al., 2019). Dukungan sosial menciptakan iklim *psikologis* positif yang memperkuat keyakinan bahwa berwirausaha merupakan pilihan realistis dan bernilai.

Pengaruh kuat *self-efficacy* terhadap niat berwirausaha sejalan dengan pandangan (Bandura, 1990) bahwa keyakinan diri merupakan prediktor utama tindakan. Mahasiswa yang yakin akan kemampuannya lebih berani menghadapi risiko dan memulai usaha (Chen et al., 1998; Gunawan & Puspitowati, 2019; Prastiana et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa faktor psikologis internal menjadi jembatan antara potensi kognitif dan perilaku nyata berwirausaha. Sebaliknya, kreativitas tidak berpengaruh langsung terhadap niat, tetapi berkaitan erat dengan *self-efficacy* dan dukungan lingkungan. Artinya, ide kreatif memerlukan dukungan psikologis dan sosial agar dapat diwujudkan menjadi niat berwirausaha (Jahani et al., 2018; Zampetakis et al., 2011). Selain itu, temuan bahwa dukungan lingkungan memengaruhi *self-efficacy* dan kreativitas menegaskan peran penting lingkungan akademik sebagai katalisator pembentukan kemampuan personal. Lingkungan yang mendukung dapat menumbuhkan kepercayaan diri, keberanian mengambil risiko, dan dorongan inovatif (Shinnar et al., 2018). Dalam konteks pendidikan tinggi, hal ini menekankan pentingnya ekosistem kampus yang menyediakan dukungan struktural dan psikologis bagi mahasiswa calon wirausahawan.

Secara teoretis, penelitian ini memperluas *Theory of Planned Behavior* dengan memasukkan *self-efficacy* sebagai mediator psikologis yang menjembatani pengaruh lingkungan terhadap niat berwirausaha. Temuan ini menegaskan bahwa *perceived behavioral control* mencakup dimensi afektif, yakni kepercayaan diri sebagai bentuk nyata persepsi kontrol (Ajzen, 2002). Dari sisi praktis, hasil ini menegaskan perlunya perguruan tinggi mengembangkan pembelajaran kewirausahaan berbasis pengalaman (*experiential learning*) yang tidak hanya menumbuhkan kreativitas tetapi juga meningkatkan *self-efficacy* mahasiswa. Program seperti *entrepreneurship camp*, *mentorship*, dan *business incubation* terbukti efektif memperkuat rasa percaya diri (Baluku et al., 2020; St-Jean & Tremblay, 2020). Selain itu, dukungan sosial dari keluarga, dosen, dan komunitas perlu diinstitutionalisasi karena berperan besar dalam membentuk niat berwirausaha. Kreativitas juga perlu diarahkan secara aplikatif

agar ide inovatif dapat diimplementasikan menjadi usaha nyata. Kombinasi antara *creative thinking* dan *entrepreneurial self-efficacy* menjadi kunci dalam membentuk wirausahawan muda yang tangguh dan adaptif di era digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa niat berwirausaha mahasiswa terbentuk melalui kombinasi faktor psikologis dan sosial yang saling menguatkan. Hasil analisis mengonfirmasi bahwa dukungan lingkungan berpengaruh signifikan terhadap *self-efficacy*, kreativitas, dan secara tidak langsung meningkatkan niat berwirausaha. Artinya, semakin kuat dukungan yang diterima mahasiswa dari keluarga, teman, dan institusi pendidikan, semakin tinggi pula keyakinan diri dan kemampuan mereka untuk berinovasi dalam menciptakan peluang usaha. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi dengan mengintegrasikan aspek kreativitas dan *self-efficacy* dalam model pembentukan niat berwirausaha dan hasilnya mengindikasikan pentingnya peran lembaga pendidikan dalam menciptakan ekosistem yang mendorong kepercayaan diri dan kreativitas mahasiswa melalui program kewirausahaan berbasis pengalaman, pendampingan, dan dukungan sosial. Pembangunan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa tidak cukup hanya melalui peningkatan pengetahuan dan ide kreatif, tetapi juga memerlukan penguatan keyakinan diri dan dukungan lingkungan yang kondusif agar mampu menghasilkan wirausahawan muda yang inovatif dan mandiri.

DAFTAR RUJUKAN

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-efficacy, Locus of Control, and The Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Amabile, T. M. (2018). *Creativity in context: Update to the social psychology of creativity*. Routledge.
- Audretsch, D. B., Keilbach, M. C., & Lehmann, E. E. (2006). *Entrepreneurship and economic growth*. Oxford University Press.
- Baluku, M. M., Matagi, L., & Otto, K. (2020). Exploring the link between mentoring and intangible outcomes of entrepreneurship: the mediating role of self-efficacy and moderating effects of gender. *Frontiers in Psychology*, 11, 1556.
- Bandura, A. (1990). Perceived self-efficacy in the exercise of personal agency. *Journal of Applied Sport Psychology*, 2(2), 128–163.
- Baumol, W. J., & Strom, R. J. (2007). Entrepreneurship and economic growth. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(3-4), 233–237.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2025). *Keadaan Angkatan Kerja di Indonesia Februari 2025*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/06/20/fec826c9a88adaa045a6ac9f/keadaan-angkatan-kerja-di-indonesia-februari-2025.html>
- Carree, M. A., & Thurik, A. R. (2010). The impact of entrepreneurship on economic growth. In *Handbook of entrepreneurship research: An interdisciplinary survey and introduction* (pp. 557–594). Springer.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295–316. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00029-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3)
- Chin, W. W. (2010). How to Write Up and Report PLS Analyses. In *Handbook of Partial Least Squares* (pp. 655–690). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-540-32827-8_29
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.

- Darmawan, D. (2023). Model Peran Wirausaha dan Dukungan Sosial untuk Membentuk Minat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa Fakultas Hukum dan Sosial. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(3), 586–593.
- Farrukh, M., Ying, C. W., & Mansori, S. (2016). Intrapreneurial behavior: an empirical investigation of personality traits. *Management & Marketing*, 11(4).
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Gunawan, E. F., & Puspitowati, I. (2019). Pengaruh self efficacy dan risk taking terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(3), 438–446.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R* (Ed.1st). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh sikap mandiri, motivasi, pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha (Studi kasus pada mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, 2(03), 291–314.
- Henseler, J., & Sarstedt, M. (2013). Goodness-of-fit indices for partial least squares path modeling. *Computational Statistics*, 28(2), 565–580. <https://doi.org/10.1007/s00180-012-0317-1>
- Hossain, Md. U., Arefin, Md. S., & Yukongdi, V. (2024). Personality Traits, Social Self-Efficacy, Social Support, and Social Entrepreneurial Intention: The Moderating Role of Gender. *Journal of Social Entrepreneurship*, 15(1), 119–139. <https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1936614>
- Hu, R., Wang, L., Zhang, W., & Bin, P. (2018). Creativity, proactive personality, and entrepreneurial intention: the role of entrepreneurial alertness. *Frontiers in Psychology*, 9, 951.
- Jahani, S., Babazadeh, M., Haghghi, S., & Cheraghian, B. (2018). The effect of entrepreneurship education on self-efficacy beliefs and entrepreneurial intention of nurses. *J Clin Diagn Res*, 12(6), 18–21.
- Jiatong, W., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M. S., Mirza, F., & Rafiq, M. (2021). Impact of Entrepreneurial Education, Mindset, and Creativity on Entrepreneurial Intention: Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.724440>
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432.
- Kusmintarti, A., Thoyib, A., Ashar, K., & Maskie, G. (2014). The relationships among entrepreneurial characteristics, entrepreneurial attitude, and entrepreneurial intention. *IOSR Journal of Business and Management*, 16(6), 25–32.
- Liñán, F., & Chen, Y. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Maziriri, E. T., Tafadzwa, C. M., & Nzewi, O. I. (2019). Determinants of entrepreneurial intention among Generation Y students within the Johannesburg Metropolitan area of South Africa. *African Journal of Business and Economic Research*, 14(3), 111.
- Nasip, S., Amirul, S. R., Sondoh Jr, S. L., & Tanakinjal, G. H. (2017). Psychological characteristics and entrepreneurial intention: A study among university students in North Borneo, Malaysia. *Education+ Training*, 59(7/8), 825–840.
- Novianti, G., & Malinda, M. (2025). Peran keluarga dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 24(2), 195–212.
- Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Lančarič, D., Egerová, D., & Czeglédi, C. (2019). The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Studies in Higher Education*, 44(2), 361–379.

- Nurningsih, S., Rosya, N. D., Saputri, T. A., Risni, S. A. G., & Ihsan, M. (2024). Pengaruh Efikasi Diri, Sikap Kewirausahaan, Dan Pola Pikir Kewirausahaan Terhadap Niat Kewirausahaan. *Jurnal Marketing*, 5(1), 320–328.
- Prastiana, N., Ingsih, K., Febriana, A., & Putra, F. (2025). Udinus dan Kewirausahaan: Peran Program Wirausaha Merdeka, Self Efficacy dan Tolerance for Risk. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 5(1), 344–357.
- Safitri, R. D., & Rezza, M. (2025). Membedah Tren Tingginya Angka Pengangguran Terbuka Pada Gen Z Di Indonesia. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(1), 636–649.
- Sarstedt, M., Hair, J. F., Cheah, J.-H., Becker, J.-M., & Ringle, C. M. (2019). How to Specify, Estimate, and Validate Higher-Order Constructs in PLS-SEM. *Australasian Marketing Journal*, 27(3), 197–211. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2019.05.003>
- Shinnar, R. S., Hsu, D. K., Powell, B. C., & Zhou, H. (2018). Entrepreneurial intentions and start-ups: are women or men more likely to enact their intentions? *International Small Business Journal*, 36(1), 60–80.
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention–behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386–399.
- St-Jean, É., & Tremblay, M. (2020). Mentoring for entrepreneurs: A boost or a crutch? Long-term effect of mentoring on self-efficacy. *International Small Business Journal*, 38(5), 424–448.
- Tsai, K.-H., Chang, H.-C., & Peng, C.-Y. (2016). Extending the link between entrepreneurial self-efficacy and intention: a moderated mediation model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(2), 445–463.
- Wardani, D. K., & Jelati, R. W. B. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Teman Sebaya Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Ekonomi Sakti*, 11(2), 108–116.
- Wardani, V. K., & Nugraha, J. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, Attitude Towards Entrepreneurship Terhadap Intensi Berwirausaha Melalui Self Efficacy. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 79–100.
- Wennekers, S., & Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics*, 13(1), 27–56.
- Zahra, F. A., & Dzulfaroh, A. N. (2025, September 30). *Angka Pengangguran di Indonesia Tertinggi se-ASEAN, Apa yang Perlu Dilakukan Pemerintah?* Kompas.Com. <https://www.kompas.com/tren/read/2025/09/30/143000365/angka-pengangguran-di-indonesia-tertinggi-se-asean-apa-yang-perlu-dilakukan>
- Zampetakis, L. A., Gotsi, M., Andriopoulos, C., & Moustakis, V. (2011). Creativity and entrepreneurial intention in young people: Empirical insights from business school students. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 12(3), 189–199.
- Zhou, J., & George, J. M. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: Encouraging the expression of voice. *Academy of Management Journal*, 44(4), 682–696.