



UNTAR

FAKULTAS
EKONOMI & BISNIS

Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan



VOLUME 7/02/April/2025

DAFTAR ISI

PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, KREATIVITAS, DAN NIAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PSIKOLOGI Andre Yaputra, Nur Hidayah	372-379
PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BENGKEL MOBIL JAKARTA SELATAN Andreas Limanda, M. Tony Nawawi	380-388
PENGARUH KEPUTUSAN KEUANGAN, FINTECH, DAN INKLUSI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM Harbert, Agus Zainul Arifin	389-395
<i>SOCIAL COMPARISON</i> , FOMO, DAN <i>MATERIALISM</i> SEBAGAI MEDIATOR <i>IMITATION OF INFLUENCERS</i> TERHADAP <i>PURCHASE INTENTION</i> GENERASI MUDA Angelica David Liong, Hetty Karunia Tunjungsari	396-404
FAKTOR PENENTU NILAI PERUSAHAAN SEKTOR MAKANAN & MINUMAN DI BEI SELAMA PERIODE COVID-19 Caroline Salim, Ignatius Roni Setyawan	405-415
SINERGI ANTARA KARYAWAN MAGANG DAN GAYA KEPEMIMPINAN SEBAGAI FAKTOR PENENTU KINERJA DI PT XYZ Febiola Valentina, Yanuar	416-429
FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN AVOSKIN: PERSEPSI HARGA, E-WOM, DAN KESADARAN MEREK Cindy Lawrence Angkasa, Cokki	430-437
PENGARUH <i>WORK DESIGN</i> DAN <i>ORGANIZATIONAL CULTURE</i> TERHADAP <i>HR PERFORMANCE</i> DENGAN MEDIASI <i>WORK MOTIVATION</i> DI BANK DBS INDONESIA Cut Maharani Daud, Ronnie Resdianto Masman	438-447
MENINGKATKAN INTENSI BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA FEB UNTAR: PERAN EFIKASI DIRI DALAM HUBUNGAN ANTARA PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, POLA PIKIR, DAN KREATIVITAS Devita Angelina, Andi Wijaya	448-455
PENGARUH <i>FINANCIAL LITERACY</i> , <i>RISK TOLERANCE</i> , DAN <i>OVERCONFIDENCE</i> TERHADAP <i>INVESTMENT DECISION</i> INVESTOR SAHAM DI SURABAYA Dionisius Zephaniah Salim, Ary Satria Pamungkas	456-464

PENGARUH JUMLAH DAN KREDIBILITAS E-WOM TERHADAP NIAT BELI <i>ONLINE</i> GARNIER DENGAN <i>BRAND IMAGE</i> SEBAGAI MEDIASI Dominic Kenji Kurnia Surya, Louis Utama	465-474
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS MEREK PADA PRODUK PAKAIAN OLAHRAGA DI JAKARTA Dwi Sekar Sari, Galuh Mira Saktiana	475-483
PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN KETERAMPILAN INTERPERSONAL TERHADAP KESIAPAN KERJA GENERASI Z DI JAKARTA Eldon Savero, Joyce Angelique Turangan	484-491
PENGARUH KEPEMIMPINAN, LINGKUNGAN KERJA, DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN MELALUI KEPUASAN KERJA Erick Ferdinand Jonatan, Ronnie Resdianto Masman	492-500
PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN <i>WORD OF MOUTH</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI JANJI JIWA Charles Leonardo, Carunia Mulya Firdausy	501-513
PENGARUH <i>PERCEIVED SERVICE QUALITY</i> DAN <i>PERCEIVED PRICE FAIRNESS</i> TERHADAP <i>CONSUMER LOYALTY</i> PADA RESTORAN X DI JAKARTA BARAT MELALUI <i>CONSUMER SATISFACTION</i> Fernando Valentino, Sanny Ekawati	514-525
PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA USAHA PADA UMKM DENGAN DIMEDIASI KEUNGGULAN KOMPETITIF Giovanni Elbert Teddy, Mei Ie	526-536
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN: MEDIATOR PENGETAHUAN MANAJEMEN PADA ADOPSI <i>E-COMMERCE</i> Angel Vanessi, Ida Puspitowati	537-544
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN PADA BISNIS KOSMETIK LOKAL Intan Dwinanda Puspita, Galuh Mira Saktiana	545-552
PERAN JARINGAN SOSIAL, <i>SELF-EFFICACY</i> , DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA UMKM DI JAKARTA Jacky Heryanto, Andi Wijaya	553-564

KONTRIBUSI PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, KEBERANIAN MENGAMBIL RISIKO, DAN INOVASI TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA TANGERANG Jonathan Andersson, Lydiawati Soelaiman	565-574
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN <i>BRAND</i> MORTAR UTAMA PADA PT KA Laurentia Frisca, Sanny Ekawati	575-581
APAKAH PERSEPSI KONTROL PERILAKU MEMEDIASI PENENTU INTENSI BERWIRAUSAHA? Livia Johan, Ida Puspitowati	582-591
PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA CV PANCA KARYA MAKMUR DI BOGOR Michael Gavin Malachi Kurniawan, Kurniati W. Andani	592-599
PERAN KEBUDAYAAN TERHADAP INKLUSI KEUANGAN: LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Muhammad Fauzi, Nuryasman MN	600-608
DAMPAK INOVASI, KESADARAN MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENJUALAN OPPO DI JABODETABEK Natasya Veronica, Arifin Djakasaputra	609-618
FAKTOR-FAKTOR PENENTU NIAT MEMBELI <i>ONLINE</i> KONSUMEN <i>E-</i> <i>COMMERCE</i> BUKALAPAK DI JAKARTA Putri Syane Patty, Arifin Djakasaputra	619-626
PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, EFIKASI DIRI, DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA Rachel Monica Winata, Sarwo Edy Handoyo	627-634
DETERMINAN KINERJA KARYAWAN DENGAN MEDIASI KEPUASAN KERJA PADA BNI CABANG JATINEGARA Reynaldo Dapot Parasian, Edalmen	635-642
PENGARUH <i>BRAND IMAGE</i> , <i>BRAND AMBASSADOR</i> DAN <i>BRAND</i> <i>AWARENESS</i> TERHADAP <i>PURCHASE DECISION</i> SMARTPHONE XIAOMI DI JAKARTA UTARA Ricky William, Carunia Mulya Firdausy	643-650

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI INTENSI BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SWASTA DI Jakarta Selvy Julia, Frangky Selamat	651-659
PENERAPAN MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN DAN PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA GENERASI Z DI JAKARTA BARAT Sharyn Haliza, Oey Hannes Widjaja	660-667
PENGARUH <i>SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE, CUSTOMER SATISFACTION</i> , DAN <i>CUSTOMER LOYALTY</i> TERHADAP RESTORAN <i>HOT POT</i> Stephanie Phang, Hetty Karunia Tunjungsari	668-675
PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, INOVASI, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEBERHASILAN USAHA Syahla Umniyyah, Sarwo Edy Handoyo	676-682
PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA MAHASISWA KEWIRAUSAHAAN DI UNIVERSITAS TARUMANAGARA Thalita, Herlina Budiono	683-690
PENGARUH <i>BRAND LOVE, BRAND PERSONALITY</i> , DAN <i>BRAND IMAGE</i> TERHADAP <i>WORD OF MOUTH</i> Theresia Fernanda, Frangky Selamat	691-700
PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN KREATIVITAS USAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA DI JAKARTA BARAT DENGAN MOTIVASI SEBAGAI MODERATOR Thio Anandre Marsono, Oey Hannes Widjaja	701-708
PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN LAYANAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN DI RESTORAN GEPREK BENSU BOJONG CENGKARENG Vincentlie, Yenny Lego	709-719
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKTOK SHOP (STUDI KASUS PADA GEN Z DI KARAWANG) Vivian Novitan, M. Tony Nawawi	720-727
STUDI MENGENAI LOYALITAS PELANGGAN PADA RESTORAN HOTPOT DI JAKARTA Yovina Salim, Keni	728-737

PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN KREATIVITAS USAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA DI JAKARTA BARAT DENGAN MOTIVASI SEBAGAI MODERATOR

Thio Anandre Marsono¹, Oey Hannes Widjaja^{2*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: thio.115210105@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: hannesw@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 10-01-2025, revisi: 14-01-2025, diterima untuk diterbitkan: 30-04-2025

ABSTRAK

Kewirausahaan atau *entrepreneur* sangat penting bagi sebuah negara, terutama negara-negara yang sedang berkembang. Hal tersebut sangat penting untuk mencapai dan mendukung pembangunan berkelanjutan di tengah persaingan bisnis yang semakin tajam. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kompetensi kewirausahaan dan kreativitas usaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Jakarta Barat dengan motivasi sebagai moderasi. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa yang berdomisili di Jakarta Barat. Sampel yang digunakan sebanyak 200 responden yang merupakan mahasiswa universitas di Jakarta Barat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *random sampling*. Analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan alat uji SmartPLS versi 4. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kompetensi kewirausahaan dan kreativitas usaha terhadap minat berwirausaha di Jakarta Barat dengan motivasi.

Kata kunci: kompetensi kewirausahaan, kreativitas usaha, motivasi, minat berwirausaha

ABSTRACT

Entrepreneurship is very important for a country, especially developing countries. It is very important to achieve and support sustainable development in the midst of increasingly sharp business competition. The purpose of this study was to determine the effect of entrepreneurial competence and business creativity on student entrepreneurial interest in West Jakarta with motivation as moderation. The population of this study are students who live in West Jakarta. The sample used was 200 respondents who were university students in West Jakarta. The sampling technique used was random sampling. The results showed that there was a positive and significant effect of entrepreneurial competence and business creativity on entrepreneurial interest in West Jakarta with motivation.

Keywords: *entrepreneurial competence, business creativity, motivation, entrepreneurial interest*

1. PENDAHULUAN

Hanya sedikit yang memilih untuk menciptakan lapangan pekerjaan sendiri. Sebagian besar mahasiswa lebih mengarahkan harapan mereka untuk menjadi pegawai, karyawan, atau buruh, dengan tujuan utama mendapatkan imbalan atas jasa yang diberikan. Situasi ini terjadi karena jumlah tenaga kerja jauh melebihi ketersediaan lapangan kerja. Dimana setelah terjadinya pandemi covid 19 juga menyebabkan angka kenaikan dari pengangguran karena banyaknya tutup dari bisnis yang tidak dapat bertahan.

Kondisi tersebut didukung oleh schachter, (2015) dan laguia, (2019) menyatakan bahwa karakteristik utama wirausaha yaitu individu yang memiliki keterampilan, kapasitas, dan kreatif yang penting dalam wirausaha. Para ahli, seperti lumpkin & dess (1995) telah menekankan bahwa kewirausahaan sosial sangat penting untuk mendorong perubahan yang transformatif dengan secara inovatif menangani masalah sosial.

Suatu penelitian yang dilakukan oleh Mahanani dan Sari (2018) keberhasilan pengusaha dalam menjalankan usahanya dapat dicapai jika mereka memiliki keinginan dan minat yang kuat. Widjaja & Budiono (2023) diharapkan dengan ini, usaha yang didirikan dapat berjalan lancar baik dari segi teknis, finansial, maupun model bisnis, sehingga kesempatan kerja dapat tercipta secara berkelanjutan.

Selanjutnya, Steven dan Widjaja (2023) menyatakan bahwa minat kewirausahaan dapat didorong oleh salah satu faktor yaitu kreativitas, dimana semakin ditingkatkan kreativitas maka semakin mendorong minat berwirausaha, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Abdullah dan Septiany (2019) hasil dari uji hipotesis menunjukkan secara parsial maupun simultan motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Artinya bahwa motivasi kewirausahaan menjadi faktor pendorong peningkatan minat berwirausaha, semakin tinggi motivasi dan pengetahuan yang dimiliki oleh mahasiswa maka akan meningkatkan minat berwirausaha.

Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut:

- a. Apakah motivasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha pada generasi Z di Universitas Tarumanagara Jakarta Barat?
- b. Apakah kompetensi kewirausahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa/mahasiswi di Jakarta Barat?
- c. Apakah Kreativitas usaha berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa/mahasiswi di Jakarta Barat?
- d. Apakah kompetensi kewirausahaan yang dimediasi oleh motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa/mahasiswi di Jakarta Barat?
- e. Apakah Kreativitas usaha yang dimediasi oleh motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa/mahasiswi di Jakarta Barat?

Kajian teori

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah teori psikologi yang dikembangkan oleh Icek Ajzen untuk menjelaskan bagaimana perilaku manusia dipengaruhi oleh tiga faktor utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Sikap mencerminkan evaluasi positif atau negatif individu terhadap suatu tindakan, norma subjektif mengacu pada tekanan sosial atau pandangan orang lain terhadap perilaku tersebut, sedangkan persepsi kontrol perilaku menggambarkan keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk melaksanakan tindakan tersebut. Ketiga faktor ini bersama-sama membentuk niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan, yang kemudian memengaruhi apakah tindakan itu benar-benar dilakukan atau tidak.

Kaitan antara kompetensi kewirausahaan dan minat berwirausaha

Peneliti Nagel & Surhatik, (2021) menyatakan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif yang signifikan terhadap keinginan berwirausaha dengan meneliti pemilik UMKM di Surabaya dengan responden sebanyak 191 responden. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa manajemen dari Universitas Tarumanagara Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Sampel yang digunakan sebanyak 165 mahasiswa.

Kaitan antara kreativitas usaha dan minat berwirausaha

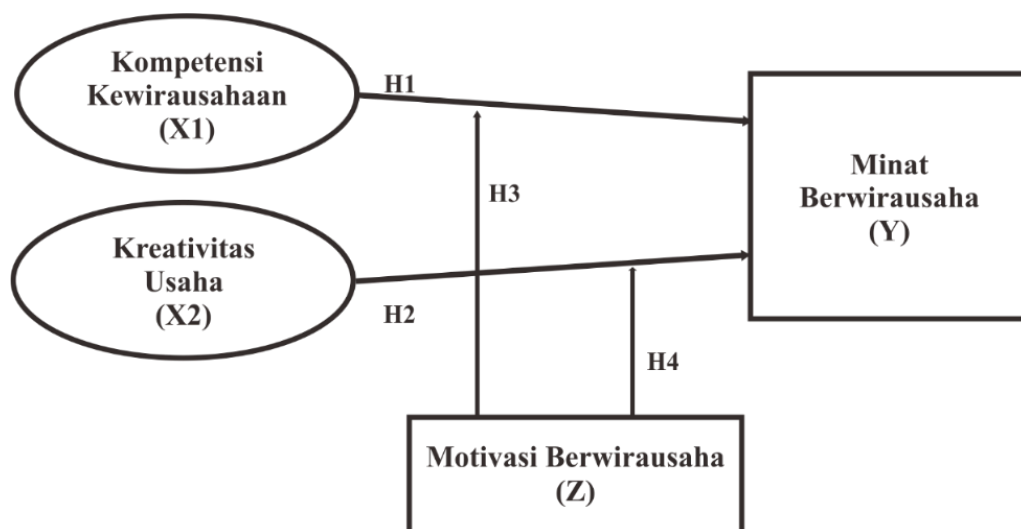
Peneliti Melinda, et al., (2023) menyatakan bahwa kreativitas berwirausaha berdampak positif terhadap Keinginan Berwirausaha dengan meneliti mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dengan responden sebanyak 215 Mahasiswa.

Kaitan antara motivasi berwirausaha memoderasi kompetensi kewirausahaan terhadap minat berwirausaha

Peneliti Ngestiningrum et al., (2019) menyatakan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi memoderasi hubungan antara variabel kompetensi kewirausahaan terhadap variabel minat berwirausaha dibuktikan dengan pengaruh tidak langsung variabel kompetensi kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui variabel motivasi dengan meneliti pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE).

Kaitan antara motivasi berwirausaha memoderasi kreativitas usaha terhadap minat berwirausaha

Peneliti Laksono & Soleh (2022) menyatakan bahwa Motivasi dapat memoderasi pengaruh kreativitas terhadap keinginan dalam berwirausaha dengan meneliti pada Santri Pondok Pesantren Sunan Giri dengan responden sebanyak 87 responden.



Gambar 1. Model penelitian

H1: Kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

H2: Kreativitas usaha berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

H3: Motivasi mampu memoderasi pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap minat berwirausaha

H4: Motivasi mampu memoderasi pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini ditargetkan kepada mahasiswa yang berada di Jakarta Barat yang tertarik dalam berwirausaha. Peneliti menggunakan metode *random sampling* dimana respondennya hanya mahasiswa yang berada di Jakarta Barat sebagai responden dari penelitian ini. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibuat di Google Forms dan disebarluaskan kepada mahasiswa yang berada di Jakarta Barat dan memperoleh sebanyak 200 responden.

Penelitian ini menggunakan 4 variabel operasional dengan total 34 indikator: 8 indikator kompetensi kewirausahaan, 10 kreativitas kewirausahaan, 8 indikator motivasi berwirausaha dan 8 indikator minat berwirausaha yang diukur menggunakan skala Ordinal yang berkisar dari skor 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga skor 5 (Sangat Setuju).

Tabel 1. Indikator variabel

Variabel	Indikator	Kode	Sumber
Kompetensi Kewirausahaan	Saya memiliki kemampuan dalam pengendalian resiko.	KK1	El Nino (2023)
	Saya mampu bernegosiasi dengan konsumen dalam berwirausaha.	KK2	
	Saya memiliki jiwa leadership yang tinggi dalam kewirausahaan.	KK3	
	Saya mampu menggali informasi dengan baik pada saat berwirausaha.	KK4	
	Saya memiliki skill komunikasi yang baik.	KK5	
	Saya memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi terhadap usaha saya.	KK6	
	Saya dapat menciptakan networking yang luas dalam berwirausaha.	KK7	
	Saya memiliki kemampuan problem solving yang baik pada permasalahan kewirausahaan.	KK8	
Kreativitas Usaha	Saya berani salam memberikan pendapat.	KU1	Rahmawani (2017)
	Saya tidak ingin ketinggalan dalam informasi terbaru	KU2	
	Saya memikirkan suatu hal yang belum tentu terjadi.	KU3	
	Saya pandai membawa suasana.	KU4	
	Penting menghormati orang yang lebih tua.	KU5	
	Saya mampu menyesuaikan diri dalam setiap keadaan.	KU6	
	Saya mampu memberikan masukan dalam permasalahan.	KU7	
	Saya menyukai perubahan.	KU8	
	Saya aktif dalam berdiskusi	KU9	
	Saya bersemangat dalam menyampaikan pendapat.	KU10	
Motivasi Berwirausaha	Saya akan membuka usaha baru setelah belajar kewirausahaan.	MB1	Tarmiyati (2017)
	Saya berusaha keras menciptakan bisnis baru.	MB2	
	Saya tertantang menghadapi kesulitan berwirausaha.	MB3	
	Saya yakin mendapatkan uang banyak dengan berwirausaha.	MB4	
	Saya ingin menciptakan lapangan pekerjaan untuk orang lain.	MB5	
	Berwirausaha akan meningkatkan keadaan ekonomi saya.	MB6	
	Saya yakin akan menjadi pengusaha sukses yang memiliki banyak karyawan.	MB7	
	Usaha yang saya jalankan akan mendapatkan keuntungan besar.	MB8	
Keinginan Berwirausaha	Saya mengetahui mana pekerjaan yang lebih penting untuk diselesaikan.	MBA1	Rahmawani (2017)
	Saya mampu beradaptasi di tempat baru.	MBA2	
	Keinginan belajar wirausaha adalah hal yang penting.	MBA3	
	Melakukan wirausaha mendorong saya untuk mandiri.	MBA4	
	Keinginan dalam berwirausaha tanpa ada tekanan.	MBA5	
	Saya memiliki rasa simpati terhadap berwirausaha.	MBA6	
	Suasana hati dapat mempengaruhi perilaku saya.	MBA7	
	Saya minat berwirausaha tanpa adanya paksaan.	MBA8	

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang diperoleh dari Google Forms akan dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Setelah uji validitas dan reliabilitas dilakukan, maka akan dilakukan pengujian *coefficient of determination*, *effect size*, *path of coefficient*, hipotesis (*t-statistics & p-value*) dengan menggunakan software SmartPLS 4.0. Lalu, dilakukan uji *goodness of fit* yang dihitung secara manual.

Tabel 2. Hasil uji *Average Variance Extracted* (AVE)
Sumber: Pengolahan data menggunakan SmartPLS versi 4.0

Variabel	Nilai AVE
Kompetensi Kewirausahaan	0,636
Kreativitas Usaha	0,573
Motivasi Berwirausaha	0,628
Keinginan Berwirausaha	0,566

Hasil nilai AVE untuk keempat variabel berada di atas 0,5 sehingga menunjukkan validitas konvergen dari indikator atau butir-butir pertanyaan pada setiap konstruk atau variabel.

Tabel 3. Hasil uji *cross loadings*
 Sumber: Pengolahan data menggunakan SmartPLS versi 4.0

Indikator	Keinginan Berwirausaha	Kompetensi Kewirausahaan	Kreativitas Usaha	Motivasi Berwirausaha
MBA1	0,726	0,593	0,543	0,563
MBA2	0,752	0,569	0,626	0,516
MBA3	0,757	0,539	0,538	0,485
MBA4	0,769	0,547	0,514	0,516
MBA5	0,753	0,552	0,538	0,523
MBA6	0,751	0,565	0,622	0,545
MBA7	0,745	0,517	0,52	0,487
MBA8	0,762	0,529	0,553	0,621
KK1	0,611	0,797	0,527	0,597
KK2	0,602	0,835	0,541	0,641
KK3	0,581	0,834	0,551	0,652
KK4	0,517	0,779	0,454	0,554
KK5	0,582	0,801	0,529	0,571
KK6	0,591	0,787	0,502	0,625
KK7	0,576	0,787	0,470	0,594
KK8	0,613	0,757	0,612	0,618
KU1	0,624	0,545	0,731	0,567
KU2	0,506	0,443	0,734	0,388
KU3	0,549	0,510	0,774	0,46
KU4	0,563	0,497	0,737	0,381
KU5	0,592	0,500	0,747	0,421
KU6	0,494	0,411	0,751	0,377
KU7	0,572	0,535	0,808	0,403
KU8	0,494	0,445	0,731	0,397
KU9	0,569	0,522	0,759	0,473
KU10	0,623	0,541	0,790	0,53
MB1	0,596	0,704	0,544	0,754
MB2	0,575	0,655	0,475	0,816
MB3	0,530	0,627	0,437	0,793
MB4	0,564	0,579	0,408	0,788
MB5	0,545	0,597	0,454	0,812
MB6	0,594	0,580	0,502	0,811
MB7	0,522	0,605	0,482	0,803
MB8	0,558	0,475	0,402	0,759

Berdasarkan Tabel 3, setiap variabel memiliki nilai yang lebih tinggi pada baris dan kolomnya masing-masing dibandingkan dengan variabel lain, sehingga memenuhi kriteria *cross loading*.

Tabel 4. Hasil uji Fornell-Larcker
 Sumber: Pengolahan data menggunakan SmartPLS versi 4.0

Variabel	Kreativitas Usaha	Keinginan Berwirausaha	Kompetensi Kewirausahaan	Motivasi Berwirausaha
Kreativitas Usaha	0,757			
Keinginan Berwirausaha	0,743	0,752		
Kompetensi Kewirausahaan	0,658	0,734	0,797	
Motivasi Berwirausaha	0,586	0,709	0,762	0,792

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0 pada Tabel 4, dapat diartikan bahwa semua nilai varian dari setiap variabel lebih besar daripada korelasi antar

variabel tersebut dan sudah memenuhi standar yang ditetapkan. Dengan demikian, berdasarkan dua metode uji validitas diskriminan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini valid.

Tabel 5. Hasil uji *Cronbach's alpha dan composite reliability*
Sumber: Pengolahan data menggunakan SmartPLS versi 4.0

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Kompetensi Kewirausahaan	0,918	0,933
Kreativitas Usaha	0,917	0,930
Motivasi Berwirausaha	0,915	0,931
Keinginan Berwirausaha	0,890	0,912

Berdasarkan Tabel 5, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih tinggi dari 0,6 serta nilai *Composite Reliability* yang melampaui 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang memadai.

Tabel 6. Hasil uji koefisien determinasi
Sumber: Pengolahan data menggunakan SmartPLS versi 4.0

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>Adjusted R-Square</i>
Minat Berwirausaha	0,766	0,760

Hasil koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini bernilai 0,760 yang mengartikan bahwa variabel independen dapat menjelaskan sekitar 76% dari minat berwirausaha yang merupakan variasi variabel dependen penelitian ini. Nilai R^2 sebesar 0,760 dapat dianggap baik karena berada dalam kategori tingkat kepuasan yang tinggi.

Tabel 7. Hasil uji relevansi prediktif (Q^2)
Sumber: Pengolahan data menggunakan SmartPLS versi 4.0

Variabel	Q^2 predict
Minat Berwirausaha	0,715

Berdasarkan Tabel 7, diketahui bahwa hasil uji relevansi prediktif (Q^2) dari variabel keinginan berwirausaha sebesar 0,715. Oleh karena itu, nilai Q^2 lebih dari 0, hasil menunjukkan bahwa variabel penelitian ini mampu memprediksi model penelitian dengan akurat.

Tabel 8. Hasil uji *path coefficient*
Sumber: Pengolahan data menggunakan SmartPLS versi 4.0

Variabel	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	T statistics ($ O/STDEV $)	<i>P values</i>
Kreativitas Usaha -> Minat Berwirausaha	0,273	0,264	3,554	0,000
Kompetensi Kewirausahaan -> Minat Berwirausaha	0,329	0,321	2,374	0,018
Motivasi Berwirausaha x Kompetensi Kewirausahaan -> Minat Berwirausaha	0,169	0,167	2,034	0,042
Motivasi Berwirausaha x Keinginan Berwirausaha -> Minat Berwirausaha	-0,199	-0,188	2,576	0,010

Rentang nilai original sample yang berkisar antara -1 hingga +1 mengindikasikan tingkat hubungan antara variabel-variabel tersebut. Untuk mengukur signifikansi statistik, peneliti akan memeriksa nilai *p-value* yang harus kurang dari 0,05. Jika nilai *p-value* sudah memenuhi kriteria tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan dalam model penelitian ini.

Tabel 9. Hasil uji *effect size*
 Sumber: Pengolahan data menggunakan SmartPLS versi 4.0

Variabel	Effect Size
Kreativitas Usaha	0,150
Kompetensi Kewirausahaan	0,146
Motivasi Berwirausaha	0,145

Berdasarkan Tabel 9, dapat diketahui bahwa variabel kreativitas berwirausaha memiliki nilai sebesar 0,150 (>0,15), dapat disimpulkan variabel kreativitas berwirausaha efek medium terhadap keinginan berwirausaha. Variabel kompetensi kewirausahaan memiliki nilai sebesar 0,146 (<0,15), dapat disimpulkan variabel kompetensi kewirausahaan memiliki efek yang kecil terhadap keinginan berwirausaha. Variabel motivasi berwirausaha memiliki nilai sebesar 0,145 (<0,15), dapat variabel motivasi berwirausaha memiliki efek yang kecil terhadap keinginan berwirausaha.

Hasil uji *Goodness of Fit* (GOF)

Diketahui:

$$AVE = 0,601 (0,636 + 0,573 + 0,628 + 0,566/4)$$

$$R^2 = 0,766$$

Sehingga,

$$Gof = \sqrt{AVE \times R^2}$$

$$Gof = \sqrt{0,601 \times 0,766}$$

$$Gof = 0,679$$

Berdasarkan hasil perhitungan *goodness of fit* (GoF) di atas, dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat kecocokan *goodness of fit* (GoF) yang tinggi, yaitu sebesar 0,679 (>0,36).

Tabel 10. Hasil uji hipotesis
 Sumber: Pengolahan data menggunakan SmartPLS versi 4.0

Hipotesis	Hasil
H1: Kompetensi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha	Diterima
H2: Kreativitas usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.	Diterima
H3: Kompetensi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dimoderasi oleh motivasi.	Diterima
H4: Kreativitas usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dimoderasi oleh motivasi.	Diterima

Berdasarkan Tabel 10, terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Kompetensi kewirausahaan, kreativitas usaha dan Kompetensi kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dimana H1, H2, H3 & H4 diterima.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan, kreativitas usaha dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa/mahasiswi Jakarta Barat. Untuk mencapai minat berwirausaha yang tinggi, penting untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan, kreativitas usaha, dan motivasi berperan penting dalam mendorong minat berwirausaha. Kompetensi memberikan dasar kepercayaan diri melalui keterampilan dan

pengetahuan, sementara kreativitas membantu menciptakan peluang unik dan inovatif. Motivasi, baik intrinsik maupun ekstrinsik, menjadi pendorong utama untuk memulai usaha. Sinergi ketiga aspek ini meningkatkan keyakinan dan peluang sukses dalam dunia bisnis.

Saran bagi mahasiswa dapat mengikuti komunitas wirausaha, seminar, atau program inkubasi bisnis untuk memperluas jaringan dan mendapatkan inspirasi. Komunitas ini tidak hanya memberikan wawasan bisnis tetapi juga membuka peluang kolaborasi dengan wirausahawan atau mentor bisnis. Mahasiswa juga disarankan memanfaatkan platform digital untuk mengelola bisnis mereka, misalnya melalui aplikasi manajemen proyek, keuangan, dan pemasaran. Dengan begitu, mereka bisa mengatur bisnis lebih efisien sambil tetap fokus pada kegiatan akademis.

Ucapan terima kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Tarumanagara yang telah mendukung penyelesaian penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada mahasiswa/mahasiswi Jakarta Barat yang telah berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Abdullah, D., & Septiany, F. R. (2019). Pengaruh motivasi dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha (studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka). *Co-Management*, 1(3), 316-331.
- Indarto, I. & Santoso, D. (2020). Karakteristik wirausaha, karakteristik usaha dan lingkungan usaha penentu kesuksesan usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 13(1), 54-69. <https://doi.org/10.26623/jreb.v13i1.2202>
- Kurniawan, A., Prihanto, A. A., Sari, S. P., Febriyanti, D., Sambah, A. B., & Asriani, E. (2018). Isolation and identification of cellulolytic bacteria from mangrove sediment in Bangka Island. Dalam *International Fisheries Symposium*, 1-6. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/137/1/012070>
- Lubis, C. R. (2017). The Effect of Motivation and Creativity on Entrepreneurial Interest of Management Study Program Students Class of 2017 Medan Area University.
- Laksono, W. B., & Soleh, M. (2022). Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan, Religiusitas, Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 7(1), 1-22.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Enriching the Entrepreneurial Orientation Construct-A Reply to "Entrepreneurial Orientation or Pioneer Advantage." *The Academy of Management Review*, 21(3), 605-607.
- Mahanani, E., & Sari, B. (2018). FaktorFaktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Persada Indonesia Y.A.I. *Ikraith-Humaniora*, 2(2), 31-40.
- Schachter, R. E. (2015). An analytic study of the professional development research in early childhood education. *Early Education and Development*, 26(8), 1057-1085.
- Steven, S. & Widjaja, O. H. (2023). Pengaruh kepribadian, motivasi, dan pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(4), 1071-1079. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i4.26984>
- Widarma, Ardy, Prayekt Prayekt, dan Kusuma Chandra Kirana. "Motivasi Berprestasi, Pengetahuan Kewirausahaan, Toleransi akan Risiko terhadap Minat Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Yogyakarta)." *Jurnal Kolaboratif Sains* 5, no. 7 (2022): 396-405.
- Widjaja, O. H., Budiono, H., & Silviana. (2023). Pengaruh ciri kepribadian wirausaha terhadap minat. *Jurnal Serina*, 1(2): 153-161. <https://doi.org/10.24912/jseb.27036>