

Pengaruh *Entrepreneurial Passion, Creativity, dan Self-Efficacy* terhadap Niat Berwirausaha pada Generasi Z di Kota Surakarta

Puji Rahmawati¹, Aniek Hindrayani²

pujirahmawati@student.uns.ac.id¹, aniek_h@staff.uns.ac.id²

^{1,2}Universitas Sebelas Maret

Jl. Ir. Sutami No. 36 Jebres, Surakarta, 57126, Indonesia

Correspondence Author: pujirahmawati@student.uns.ac.id

Abstrak

Kewirausahaan merupakan salah satu upaya untuk mendorong pembangunan perekonomian di Indonesia. Meskipun demikian, realitas yang terjadi di negara ini menunjukkan bahwa masih relatif terbatas jumlah wirausahawan sehingga perannya dalam menekan tingginya tingkat pengangguran belum optimal, terutama pengangguran yang hingga kini didominasi oleh generasi Z. Penelitian ini berguna untuk mengkaji hubungan antara tiga variabel *entrepreneurial passion, creativity, self-efficacy* terhadap niat berwirausaha pada Generasi Z di Kota Surakarta. Penelitian ini menerapkan pendekatan penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi penelitian difokuskan Generasi Z di Kota Surakarta. Teknik pengambilan sampel purposive sampling dan terpilih sampel sebanyak 385 responden. Pengumpulan data kuesioner melalui google form. Teknik uji validitas dengan teknik korelasi person product moment dan uji reliabilitas dengan teknik cronbach's alpha. Regresi linear berganda untuk analisis data. Hasil penelitian menunjukkan ketiga variabel terbukti menjadi faktor yang berkontribusi positif dan signifikan dalam membentuk niat berwirausaha, yang tercermin dari nilai signifikansi masing-masing variabel sebesar 0,000.

Kata Kunci: *Entrepreneurial Passion, Creativity, Self-Efficacy, Niat Berwirausaha, Generasi Z*

Abstract

Entrepreneurship is one of the key drivers of economic development in Indonesia. Nevertheless, the reality occurring in this country indicates that the number of entrepreneurs remains relatively limited, resulting in a less optimal role in reducing the high unemployment rate, particularly among Generation Z. This study aims to examine the relationship between three variables entrepreneurial passion, creativity, and self-efficacy on entrepreneurial intention among Generation Z in Surakarta. The study employed descriptive quantitative research approach. The study population focuses of Generation Z in Surakarta City. A purposive sampling technique was applied, resulting in a sample of 385 respondents. Data were gathered through a questionnaire via Google Form. Validity was tested using Person Product Moment Correlation, and reliability was tested using Cronbach's alpha. Multiple linear regression was employed to analyze the data. The results revealed that all three variables significantly and positively contributed to entrepreneurial intention, as indicated by the significance value of 0.000 for each variable.

Keywords: *Entrepreneurial Passion, Creativity, Self-Efficacy, Entrepreneurial Intention, Generation Z*

PENDAHULUAN

Kewirausahaan sebagai strategi utama dalam pembangunan sosial dan ekonomi, khususnya untuk mengurangi tingkat pengangguran di negara maju dan berkembang (Bellò et al., 2017). Bagi negara berkembang kewirausahaan dapat mengatasi isu-isu seperti pengangguran, kurangnya lapangan pekerjaan, dan rendahnya pertumbuhan ekonomi. Dengan mendorong lahirnya wirausaha baru, kewirausahaan dapat menciptakan kekayaan baru, membuka peluang kerja, menstabilkan kondisi sosial masyarakat, meningkatkan persaingan industri, dan mempercepat pembangunan ekonomi secara menyeluruh (Awwad & Al-Aseer, 2021). Upaya ini dapat dilakukan melalui penanaman semangat kewirausahaan kepada kelompok usia produktif agar dapat langsung berkontribusi dalam menyelesaikan masalah ekonomi melalui kegiatan wirausaha (Mutsari et al., 2024).

Tingkat partisipasi kewirausahaan di Indonesia masih rendah. Data Kementerian Koperasi dan UKM (Oktober 2024), mencatat proporsi rasio wirausaha Indonesia baru mencapai 3,35% dari total angkatan kerja,

setara dengan sekitar 4,9 juta individu. Angka ini masih berada jauh di bawah beberapa negara lain, misalnya Malaysia (4,74%), Singapura (8,76%), bahkan Amerika Serikat (sekitar 12%). Selanjutnya, data dari GoodStats yang mengacu pada *International Monetary Fund* (IMF) tahun 2024 mencatat Indonesia memiliki tingkat pengangguran terbesar di Asia Tenggara sebesar 5,2% dibandingkan negara lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa potensi kewirausahaan di Indonesia belum dimanfaatkan secara maksimal.

Keberadaan Generasi Z usia produktif berpeluang besar untuk terlibat dalam pengembangan kewirausahaan. Generasi Z menempati proporsi terbesar dalam struktur demografi Indonesia, yakni 27,94% dari data Sensus Penduduk 2020 BPS. Meskipun Generasi Z memiliki potensi besar, kelompok ini justru mendominasi angka pengangguran di Indonesia. Berdasarkan data dari GoodStats yang mengacu pada BPS per Agustus 2024, tercatat total individu dalam kategori pengangguran di Indonesia menyentuh angka 7.465.599 orang. Dari angka tersebut, kelompok usia 15–29 tahun atau Generasi Z menyumbang sebanyak 5.188.781 orang, setara dengan 70% dari total pengangguran. Jika diklasifikasikan berdasarkan statusnya, sebagian besar pengangguran Gen Z (78,60%) sedang aktif mencari pekerjaan. Sebanyak 17,60% merasa tidak memiliki peluang untuk mendapatkan pekerjaan. Adapun 2,40% sudah memiliki pekerjaan namun belum mulai aktivitas bekerja, dan hanya 1,84% yang sedang mempersiapkan usaha. Angka ini mengindikasikan bahwa niat berwirausaha di kalangan Generasi Z masih tergolong rendah.

Fenomena serupa juga tercermin pada skala daerah, khususnya di Kota Surakarta. Mengacu pada data Sensus Penduduk 2020 dari BPS, jumlah penduduk Generasi Z di Kota Surakarta mencapai 128.616 jiwa atau 24,62% dari total populasi sebanyak 522.364 jiwa. Data tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki proporsi jumlah penduduk tertinggi dibandingkan kelompok generasi lainnya di Kota Surakarta. Lebih lanjut berdasarkan distribusi usia, data BPS tahun 2023 penduduk berusia 15–29 tahun yang termasuk Generasi Z, berjumlah 121.139 jiwa. Hal ini mengindikasikan bahwa Kota Surakarta memiliki jumlah penduduk usia muda yang relatif besar, sehingga berpotensi menjadi modal demografis dalam pengembangan kegiatan kewirausahaan di kalangan generasi muda. Namun demikian, besarnya jumlah penduduk usia muda tersebut belum sepenuhnya diiringi dengan kondisi ketenagakerjaan yang optimal. Data menunjukkan bahwa jumlah pengangguran pada kelompok usia 15–29 tahun di Kota Surakarta mencapai 11.219 jiwa. Kondisi ini menandakan bahwa generasi muda, khususnya Generasi Z, masih menjadi kelompok yang rentan terhadap permasalahan pengangguran di Kota Surakarta.

Tingginya angka pengangguran ini menunjukkan bahwa melimpahnya sumber daya manusia usia muda belum sejalan dengan tersedianya peluang kerja yang mencukupi. Oleh karena itu, penting untuk mengoptimalkan peran generasi muda. Salah satunya dengan mendorong untuk berwirausaha, yang dapat membuka peluang kerja dan menciptakan lapangan pekerjaan sendiri. Namun, untuk dapat sukses dalam berwirausaha, seseorang harus memiliki niat yang kuat, serta kemauan untuk terus berusaha meskipun menghadapi berbagai tantangan (Weligodapola et al., 2023). Dalam proses pembentukan niat berwirausaha, terdapat dua kategori utama faktor yang berperan yaitu faktor internal & eksternal. Faktor internal berkaitan dengan karakteristik pribadi yang muncul dari dalam diri individu seperti kepribadian, sikap, kemauan, dan kemampuan yang dimiliki serta motivasi yang dapat menjadi kekuatan pendorong bagi seseorang untuk memulai dan menjalankan aktivitas kewirausahaan (Hasanah & Nurhasikin, 2019). Di samping faktor internal, niat berwirausaha juga sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal dipicu oleh kondisi di luar pribadi individu meliputi dukungan keluarga, lingkungan masyarakat, peluang usaha, serta pendidikan dan pengetahuan kewirausahaan (Primandaru, 2017). Penelitian ini secara khusus difokuskan pada faktor internal sebagai fondasi emosional dan psikologis yang berperan dalam mendorong individu untuk memiliki niat berwirausaha.

Kajian-kajian terdahulu menghasilkan kesimpulan yang belum seragam terkait faktor internal dari niat berwirausaha. Penelitian Livandy & Nuringsih, (2022), Oktavio et al., (2023), serta Gianis et al., (2025) menemukan pengaruh masing-masing variabel positif dan signifikan. Namun, hasil berbeda ditemukan oleh Harianto et al., (2024), Gunawan & Ardyana, (2024), serta Wijaya & Hidayah, (2024) melaporkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan.

Adanya perbedaan temuan dalam penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan masih terdapat inkonsistensi hasil yang perlu ditinjau lebih lanjut. Atas dasar hal tersebut, peneliti berupaya mengkaji pengaruh *entrepreneurial passion*, *creativity*, dan *self-efficacy* terhadap niat berwirausaha. Penelitian terdahulu umumnya hanya berfokus pada salah satu variabel tersebut atau mengkaji faktor lain di luar variabel internal. Selain itu, sebagian besar penelitian dilakukan pada mahasiswa, sehingga kajian yang secara khusus meneliti Generasi Z masih relatif terbatas, khususnya dalam konteks wilayah Kota Surakarta. Berdasarkan kondisi tersebut, kebaruan (*novelty*) penelitian ini menitikberatkan pada upaya untuk mengisi kesenjangan penelitian dengan

menganalisis pengaruh ketiga variabel secara simultan terhadap niat berwirausaha pada Generasi Z di Kota Surakarta. Penelitian ini membatasi subjek penelitian pada individu yang tergolong Generasi Z dalam kisaran usia 18–28 tahun (kelahiran 1997–2007). Rentang usia tersebut dipilih karena merupakan fase peralihan dari dunia pendidikan ke dunia kerja, di mana individu mulai mempertimbangkan kewirausahaan sebagai salah satu pilihan karier.

METODE PENELITIAN

Studi ini diterapkan dengan metode deskriptif kuantitatif dimanfaatkan guna meninjau populasi dan sampel menggunakan bantuan instrumen penelitian. Penelitian ini melibatkan tiga variabel independen, yakni *entrepreneurial passion* (X_1), *creativity* (X_2), dan *self-efficacy* (X_3). Sementara itu, variabel dependen yang dianalisis adalah niat berwirausaha (Y). Populasi yang dikaji adalah Generasi Z yang tinggal di Kota Surakarta, tersebar di Kecamatan Laweyan, Serengan, Pasar Kliwon, Jebres, dan Banjarsari. Dengan populasi berskala besar dan tidak terukur secara pasti, teknik estimasi diterapkan guna menetapkan sampel yang mewakili populasi. *Purposive sampling*, yakni metode memilih sampel dengan acuan kriteria khusus dari peneliti agar terfokus pada individu atau kelompok yang benar-benar mewakili sasaran penelitian. Adapun kriteria khusus pada sampel meliputi: (1) Generasi Z usia 18–28 tahun, (2) bertempat tinggal/domisili di Kota Surakarta, dan (3) belum memiliki atau tidak sedang menjalankan usaha secara mandiri. Pengumpulan data dilaksanakan dengan kuesioner ber-skala Likert (1–5), sementara jumlah sampel sebanyak 385 responden ditentukan melalui perhitungan rumus Lemeshow. Proses analisis data melibatkan serangkaian tahapan, yaitu diawali menguji validitas dan reliabilitas instrumen kuesioner, menyajikan analisis deskriptif menggambarkan karakteristik data, lalu memeriksa uji asumsi klasik. Melibatkan analisis regresi linear berganda, yang dilaksanakan dibantu SPSS versi 25. Model regresi dengan persamaan $y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$. Pengujian hipotesis diuji menggunakan uji t untuk mengidentifikasi dampak individual tiap variabel independen secara terpisah serta koefisien determinasi (R^2) guna mengukur kontribusi variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

Pada bagian ini disajikan hasil pengolahan data penelitian dan data pendukung secara deskriptif dan sistematis untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik dari partisipan penelitian.

Tabel 1. *Karakteristik Responden Penelitian*

No.	Karakteristik Responden	Kategori	Frekuensi	Presentase
1.	Domisili Tempat Tinggal	Laweyan	76	19,7%
		Serengan	72	18,7%
		Pasar Kliwon	76	19,7%
		Jebres	83	21,6%
		Banjarsari	78	20,3%
		Total	385	100%
2.	Jenis Kelamin	Laki-Laki	157	40,8%
		Perempuan	228	59,2%
		Total	385	100%
3.	Usia	18-21 tahun	149	38,7%
		22-24 tahun	155	40,3%
		25-28 tahun	81	21%
		Total	385	100%
4.	Pendidikan Terakhir	SMP/Sederajat	58	15,1%
		SMA/SMK/Sederajat	137	35,6%
		Diploma (D1/D2/D3/D4)	67	17,4%
		Sarjana (S1)	115	29,9%
		Pasca Sarjana (S2)	8	2,1%
		Total	385	100%

(Sumber: Data primer diolah, 2025)

Data yang terkumpul dari 385 responden mengungkap aspek-aspek utama terkait karakteristik responden. Ditinjau dari domisili tempat tinggal, responden tersebar di lima kecamatan di wilayah Kota Surakarta. Responden terbanyak berasal dari Kecamatan Jebres sebanyak 83 orang (21,6%), diikuti oleh Kecamatan Banjarsari sebanyak 78 orang (20,3%). Sementara itu, responden yang berdomisili di

Kecamatan Laweyan dan Pasar Kliwon masing-masing berjumlah 76 orang (19,7%), serta Kecamatan Serengan sebanyak 72 orang (18,7%). Sebaran tersebut menunjukkan bahwa responden penelitian berasal secara merata dari seluruh wilayah Kota Surakarta.

Berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan mendominasi jumlah sampel dengan total 228 orang (59,2%), melebihi partisipasi laki-laki total 157 (40,8%), menjadikan perempuan sebagai kelompok dominan dalam studi ini. Ditinjau dari usia, 155 responden (40,3%) berada pada kategori 22–24 tahun, menjadikannya kategori usia yang paling banyak terwakili. Selanjutnya, responden berusia 18–21 tahun berjumlah 149 orang (38,7%), sedangkan responden pada kelompok usia 25–28 tahun sebanyak 81 orang (21%). Komposisi usia menyoroti dominasi responden yang tengah memasuki fase awal hingga pertengahan peralihan dari pendidikan ke dunia kerja. Pada fase ini, individu umumnya mulai mempertimbangkan berbagai pilihan karier, termasuk peluang untuk membangun usaha secara mandiri.

Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir, responden pendidikan SMA/SMK/ sederajat merupakan kelompok terbesar, yaitu 137 orang (35,6%). Responden berpendidikan Sarjana (S1) mencapai 115 (29,9%), di samping itu terdapat 67 responden (17,4%) dengan pendidikan Diploma (D1–D4). Sementara itu, responden dengan pendidikan SMP/ sederajat berjumlah 58 orang (15,1%), dan kelompok terkecil adalah lulusan Pascasarjana (S2), yakni 8 orang (2,1%). Dari data tersebut, hampir seluruh responden memiliki latar belakang akademik yang cukup baik.

2. Validasi Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Item	R Hitung	R Tabel (N 34, sig. 0,05)
<i>Entrepreneurial Passion (X₁)</i>	1	0,896	0,339
	2	0,736	0,339
	3	0,839	0,339
	4	0,689	0,339
	5	0,586	0,339
	6	0,734	0,339
<i>Creativity (X₂)</i>	1	0,810	0,339
	2	0,862	0,339
	3	0,774	0,339
	4	0,875	0,339
	5	0,802	0,339
	6	0,808	0,339
<i>Self-Efficacy (X₃)</i>	1	0,769	0,339
	2	0,714	0,339
	3	0,793	0,339
	4	0,783	0,339
	5	0,671	0,339
	6	0,769	0,339
	7	0,862	0,339
Niat Berwirausaha (Y)	1	0,845	0,339
	2	0,814	0,339
	3	0,872	0,339
	4	0,748	0,339
	5	0,813	0,339
	6	0,799	0,339
	7	0,682	0,339
	8	0,845	0,339

(Sumber: Data primer diolah, 2025)

Butir item pernyataan dikategorikan valid dengan syarat nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pengujian validitas pada tabel 2 diperoleh nilai r_{tabel} yakni 0,339. Hasil pengujian menunjukkan seluruh item pada variabel *entrepreneurial passion*, *creativity*, *self-efficacy* dan niat berwirausaha memenuhi kriteria valid dan mampu mengukur variabel penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Pernyataan	Batas Reliabilitas	Cronbach's Alpha
Entrepreneurial Passion (X_1)	6	0,6	0,841
Creativity (X_2)	6	0,6	0,900
Self-Efficacy (X_3)	7	0,6	0,882
Niat Berwirausaha (Y)	8	0,6	0,918

(Sumber: Data primer diolah, 2025)

Tabel 3, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$, yaitu *entrepreneurial passion* (0,841), *creativity* (0,900), *self-efficacy* (0,882), dan niat berwirausaha (0,918). Keseluruhan item pernyataan terbukti reliabel dan memiliki konsistensi yang baik.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Unstandardized Residual	
N	385
Test Statistic	0,043
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,082 ^c

(Sumber: Data primer diolah, 2025)

Data menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test memperlihatkan hasil variabel *entrepreneurial passion* (X_1), *creativity* (X_2), *self-efficacy* (X_3) dan niat berwirausaha (Y) memperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu 0,082. Nilai sig tersebut ($0,082 > 0,05$) memperlihatkan data pada seluruh variabel terdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig. Linearity
Niat Berwirausaha*Entrepreneurial Passion	0,000
Niat Berwirausaha*Creativity	0,000
Niat Berwirausaha*Self-Efficacy	0,000

(Sumber: Data primer diolah, 2025)

Tabel 5. uji linearitas antara ketiga pasangan variabel dependen dan independen menghasilkan nilai signifikansi *linearity* 0,000 ($< 0,05$) pola hubungan antar variabel dapat dikategorikan linear.

c. Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Entrepreneurial Passion	0,650	1,539
Creativity	0,603	1,657
Self-Efficacy	0,610	1,639

(Sumber: Data primer diolah, 2025)

Tabel 6 mencatat variabel *entrepreneurial passion* (X_1), *creativity* (X_2), dan *self-efficacy* (X_3) memiliki nilai *tolerance* secara berturut-turut (0,650); (0,603); (0,610) ($> 0,1$) dan nilai VIF (1,539); (1,657); (1,639) (< 10). Artinya, tidak terdapat indikasi adanya multikolinearitas pada model penelitian.

d. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	,485	,108			4,503	,000
Entrepreneurial Passion	-,029	,026	-,072		-1,143	,254
Creativity	,010	,028	,025		,375	,708
Self-Efficacy	-,029	,029	-,066		-1,014	,311

a. Dependent Variable: ABS_RES

(Sumber: Data primer diolah, 2025)

Hasil model Glejser Tabel 7 mencatat nilai signifikansi variabel *entrepreneurial passion* (X_1), *creativity* (X_2), dan *self-efficacy* (X_3) secara berurutan sebesar (0,254); (0,708); dan (0,311), yang mana seluruhnya > 0,05. Artinya, tidak terdapat indikasi adanya heteroskedastisitas pada model penelitian.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	,392	,173	
Entrepreneurial Passion	,204	,041	,209
Creativity	,290	,044	,286
Self-Efficacy	,420	,047	,394

a. Dependent Variable: Niat Berwirausaha

(Sumber: Data primer diolah, 2025)

Rumus regresi yang tersusun dapat direpresentasikan melalui persamaan:

$$y = 0,392 + 0,204X_1 + 0,290X_2 + 0,420X_3 + e$$

- 1) Konstanta senilai 0,392 mengindikasikan jika seluruh variabel independen, yaitu *entrepreneurial passion*, *creativity* dan *self-efficacy* bernilai 0 maka nilai niat berwirausaha memiliki skor 0,392.
- 2) Koefisien regresi variabel *entrepreneurial passion* (X_1) senilai 0,204 dan bersifat positif, menandakan bahwa tiap kenaikan satu satuan *entrepreneurial passion* ketika variabel lain dianggap tetap, akan mendorong niat berwirausaha naik 0,204 satuan.
- 3) Koefisien regresi variabel *creativity* (X_2) senilai 0,290 dan bersifat positif, menandakan bahwa tiap kenaikan satu satuan *creativity* ketika variabel lain dianggap tetap, akan mendorong niat berwirausaha naik 0,290 satuan.
- 4) Koefisien regresi variabel *self-efficacy* (X_3) senilai 0,420 dan bersifat positif, mengindikasikan bahwa tiap kenaikan satu satuan *self-efficacy* ketika variabel lain dianggap tetap, akan mendorong niat berwirausaha naik 0,420 satuan.

b. Uji t (Parsial)

Tabel 9. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t	Sig.
Entrepreneurial Passion	4,950	0,000
Creativity	6,522	0,000
Self-Efficacy	9,039	0,000

(Sumber: Data primer diolah, 2025)

Apabila diketahui nilai t_{tabel} senilai 1,649, temuan uji t dalam Tabel 9 dipaparkan sebagai berikut:

- 1) Variabel *entrepreneurial passion* (X_1) memiliki nilai t_{hitung} (4,950) > t_{tabel} (1,649) dengan nilai sig (0,000) < (0,05) H1 dinyatakan diterima.
- 2) Variabel *creativity* (X_2) memiliki nilai t_{hitung} (6,522) > t_{tabel} (1,649) dengan nilai sig (0,000) < (0,05) H2 dinyatakan diterima.
- 3) Variabel *self-efficacy* (X_3) memiliki nilai t_{hitung} (9,039) > t_{tabel} (1,649) dengan nilai sig (0,000) < (0,05) H3 dinyatakan diterima.

Diterimanya seluruh hipotesis mengindikasikan ketiga variabel yang diteliti memiliki kontribusi positif dan signifikan dalam meningkatkan niat berwirausaha pada Generasi Z.

c. Uji F (Simultan)

Tabel 10. Hasil Uji F (Simultan)

Model		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	66.238	3	22.079	160.255	.000 ^b
	Residual	52.493	381	.138		
	Total	118.731	384			

a. Dependent Variable: Niat Berwirausaha
 b. Predictors: (Constant), Self-Efficacy, Entrepreneurial Passion, Creativity
 (Sumber: Data primer diolah, 2025)

Apabila diketahui nilai F_{tabel} senilai 2,628. Tabel 10 memperlihatkan nilai F_{hitung} senilai 160,255. Pada penelitian ini, $F_{hitung} (160,255) > F_{tabel} (2,628)$ nilai sig $0,000 < 0,05$. Sehingga ketiga variabel independen secara simultan menjadi prediktor yang positif & signifikan bagi variabel dependen niat berwirausaha (Y).

d. Uji R² Koefisien Determinasi

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	Model Summary ^b		
		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,747 ^a	,558	,554	,37118

a. Predictors: (Constant), Self-Efficacy, Entrepreneurial Passion, Creativity

b. Dependent Variable: Niat Berwirausaha

(Sumber: Data primer diolah, 2025)

Tabel 11. *Adjusted R-Square* diperoleh angka 0,554. Artinya niat berwirausaha (Y) Generasi Z dipengaruhi oleh *entrepreneurial passion* (X_1), *creativity* (X_2), dan *self-efficacy* (X_3) memberikan pengaruh sebesar 55,4%. Sementara 44,6% sisanya terpengaruh oleh faktor lain.

Pembahasan

1. Pengaruh *Entrepreneurial Passion* terhadap Niat Berwirausaha

Hasil temuan studi ini membuktikan bahwa hipotesis pertama (H_1) diterima karena nilai $t_{hitung} (4,950) > t_{tabel} (1,649)$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Sehingga *entrepreneurial passion* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha pada Generasi Z di Kota Surakarta. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat gairah kewirausahaan (*entrepreneurial passion*) yang dimiliki individu, maka semakin kuat niat individu tersebut untuk berwirausaha.

Studi ini turut mengonfirmasi dan memperluas hasil penelitian yang diungkap oleh Endhy et al., (2022), Fernando & Hidayah, (2023), dan Prameka & Kumiawan, (2023) yang menyoroti bahwa *entrepreneurial passion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha karena adanya dorongan internal yang kuat dalam diri individu. *Entrepreneurial passion* memicu keterlibatan yang lebih antusias dan konsisten dalam aktivitas kewirausahaan, sehingga secara berkelanjutan membentuk dan memperkuat niat berwirausaha. Keadaan afektif positif yang melekat pada gairah kewirausahaan mampu mengarahkan individu pada pilihan karier kewirausahaan yang berorientasi pada tindakan serta meningkatkan semangat dan jiwa kewirausahaan. Pada Generasi Z, lingkungan kerja yang fleksibel dan dinamis turut mendorong terbentuknya *entrepreneurial passion*, yang meningkatkan motivasi dan keterlibatan dalam menjalankan aktivitas kewirausahaan sesuai dengan minat individu. Bukti penelitian ini mengarah pada temuan yang sama yaitu Generasi Z di Kota Surakarta dengan tingkat *entrepreneurial passion* yang tinggi cenderung lebih antusias dalam mewujudkan ide bisnis, merasakan kepuasan dan kesenangan selama proses kewirausahaan, serta memiliki ketekunan dan kesediaan untuk mencurahkan waktu dan energi, sehingga niat berwirausaha semakin kuat. Sebaliknya, rendahnya *entrepreneurial passion* menyebabkan menurunnya motivasi dan niat berwirausaha, yang berpotensi mendorong individu menarik diri dari aktivitas kewirausahaan.

2. Pengaruh *Creativity* terhadap Niat Berwirausaha

Hasil temuan studi ini membuktikan bahwa hipotesis kedua (H_2) diterima karena nilai $t_{hitung} (6,522) > t_{tabel} (1,649)$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Sehingga *creativity* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha pada Generasi Z di Kota Surakarta. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kreativitas (*creativity*) yang dimiliki individu, maka semakin kuat niat individu tersebut untuk berwirausaha.

Hasil analisis dalam penelitian ini mempertegas temuan yang telah dikemukakan oleh Hasanah & Rafsanjani, (2021), Lubada et al., (2021), & Agusman et al., (2025) menegaskan *creativity* berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Kreativitas berperan penting membantu individu menghasilkan ide dan pengetahuan baru, menemukan solusi atas berbagai permasalahan, serta mendorong munculnya inovasi secara berkelanjutan dalam kegiatan kewirausahaan. Di samping itu, kreativitas juga merupakan aspek esensial dalam menghadapi dinamika persaingan usaha yang semakin ketat, karena wirausahawan dituntut untuk mampu melihat peluang dari berbagai sudut pandang dan

menciptakan nilai tambah. Analisis hasil penelitian ini memperlihatkan kecenderungan bahwa Generasi Z di Kota Surakarta dengan tingkat kreativitas yang tinggi cenderung lebih inovatif, adaptif terhadap dinamika ekonomi dan perkembangan pasar lokal, serta mampu melihat peluang bisnis dari berbagai sudut pandang, sehingga niat untuk memulai usaha semakin kuat. Sebaliknya, rendahnya kreativitas menyebabkan individu kurang terdorong untuk menghasilkan ide dan cenderung pasif terhadap peluang yang ada.

3. Pengaruh *Self-efficacy* terhadap Niat Berwirausaha

Hasil temuan studi ini membuktikan bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima karena nilai t_{hitung} (9,039) > t_{tabel} (1,649) dan nilai sig 0,000 < 0,05. Sehingga *self-efficacy* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha pada Generasi Z di Kota Surakarta. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat efikasi diri (*self-efficacy*) yang dimiliki individu, maka semakin kuat niat individu tersebut untuk berwirausaha.

Temuan dalam penelitian ini memperkuat berbagai studi terdahulu oleh Abdi et al., (2021), Atmono et al., (2023), dan Gianis et al., (2025) menegaskan *self-efficacy* berkontribusi secara positif dan signifikan pada niat berwirausaha. *Self-efficacy* yang merefleksikan evaluasi individu terhadap kompetensinya menjadi penggerak internal dalam menumbuhkan niat berwirausaha. Kepercayaan diri tersebut tercermin pada melalui kemampuan menangkap peluang, kegigihan, keterampilan pemecahan masalah, serta pengelolaan emosi, pikiran, dan perilaku dalam menghadapi tantangan kewirausahaan. Pada Generasi Z, keyakinan diri terhadap kemampuan dan keterampilan kewirausahaan diperkuat oleh dukungan sosial, inspirasi, serta akses terhadap informasi dan pengalaman dari lingkungan sekitar, termasuk lingkungan digital yang mendorong ketertarikan pada peluang usaha berbasis teknologi dan inovasi. Oleh karena itu, *self-efficacy* tidak semata-mata meningkatkan niat berwirausaha, tetapi juga memengaruhi kecenderungan Generasi Z dalam memilih jenis usaha yang sesuai kompetensi yang dimiliki. Temuan tersebut kembali ditegaskan melalui hasil penelitian ini dimana Generasi Z di Kota Surakarta yang memiliki tingkat *self-efficacy* tinggi membentuk keberanian pada kemampuannya dalam menghadapi tantangan, mempersiapkan diri, serta melaksanakan upaya-upaya yang dibutuhkan agar tujuan tercapai. Keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengelola usaha baru mendorong motivasi untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Tingginya *self-efficacy* menumbuhkan kesiapan psikologis individu untuk berhadapan dengan lingkungan yang penuh ketidakpastian dan risiko kewirausahaan. Pada tingkat yang rendah, *self-efficacy* membuat individu meragukan kapasitas dirinya, sehingga kurang termotivasi dan enggan untuk memulai usaha.

SIMPULAN

Mengacu pada keseluruhan rangkaian analisis dan pembahasan yang diuraikan mengenai pengaruh ketiga variabel terhadap niat berwirausaha pada Generasi Z di Kota Surakarta, dapat ditegaskan bahwa ketiga variabel terbukti memberikan kontribusi nyata secara positif yang signifikan terhadap penguatan niat berwirausaha. *Entrepreneurial passion* terbukti mampu meningkatkan niat berwirausaha, karena seseorang dengan tingkat *passion* yang tinggi menunjukkan perasaan positif, antusiasme, dan ketertarikan yang kuat terhadap aktivitas kewirausahaan. Selain itu, *creativity* juga berperan penting dalam mendorong niat berwirausaha, di mana kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru, menemukan solusi, serta melihat peluang bisnis secara inovatif membuat Generasi Z lebih terdorong untuk memulai usaha. Selanjutnya, *self-efficacy* menjadi faktor yang paling kuat dalam memengaruhi niat berwirausaha, karena keyakinan terhadap kemampuan diri dalam menghadapi tantangan dan mencapai tujuan membuat individu lebih percaya diri untuk mengambil keputusan berwirausaha.

SARAN PENGEMBANGAN PENELITIAN LANJUT (*FUTURE RISE*)

Generasi Z, diupayakan agar mampu mengenali dan mengoptimalkan potensi diri, seperti minat, kemampuan, dan keunggulan yang dimiliki, serta peka terhadap peluang usaha di lingkungan sekitar melalui pemanfaatan media sosial dan teknologi digital, serta aktif mengikuti berbagai kegiatan kewirausahaan di ranah pendidikan formal (sekolah atau universitas) serta di luar pendidikan non-formal. Sementara itu, studi lanjutan direkomendasikan untuk mengoptimalkan cakupan wilayah dan karakteristik responden, mengintegrasikan variabel eksternal yang berkontribusi pembentuk niat berwirausaha, serta mempertimbangkan penggunaan metode penelitian lain.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdi, A. N., Utami, C. W., & Vidyanata, D. (2021). Pengaruh entrepreneurial education, personality dan self-efficacy terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan (JEBIK)*, 10(1), 23–35.
- Agusman, Victor, & Ang, W. S. (2025). 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. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 11(2), 111–120.
- Atmono, D., Rahmattullah, M., Setiawan, A., Mustofa, R. H., Pramudita, D. A., Ulfatun, T., Reza, R., & Mustofa, A. (2023). The effect of entrepreneurial education on university student's entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 12(1), 495–504. <https://doi.org/10.11591/ijere.v12i1.23262>
- Awwad, M. S., & Al-Aseer, R. M. N. (2021). Big five personality traits impact on entrepreneurial intention: the mediating role of entrepreneurial alertness. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 15(1), 87–100. <https://doi.org/10.1108/apjie-09-2020-0136>
- Bellò, B., Mattana, V., & Loi, M. (2017). The power of peers: a new look at the impact of creativity, social context and self-efficacy on entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 24(1), 214–233. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-07-2016-0205>
- Endhy, R. P., Hongdiyanto, C., Hartono, W., & Ongkowijoyo, G. (2022). The role of entrepreneurial passion, entrepreneurial creativity and self-efficacy in developing the entrepreneurial intention of Indonesian students. *International Journal of Science and Management Studies (IJSMS)*, 5(4), 187–193. <https://doi.org/10.51386/25815946/ij sms-v5i4p121>
- Fernando, & Hidayah, N. (2023). Pengaruh efikasi diri, kreativitas, dan gairah berwirausaha terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa. *Jurnal Serina Ekonomi Bisnis*, 1(1), 81–89. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jseb.v1i1.24626>
- Gianis, A., Ramli, A. H., & Mariam, S. (2025). Social inclusion, entrepreneurial intention, self-efficacy, gender, and entrepreneurship education in Generation Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(2), 725–746. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i2.3136>
- Gunawan, A. S., & Ardyan, E. (2024). Beyond creativity! exploring the nexus of entrepreneurial self-efficacy and intellectual agility-resonance on entrepreneurial intention among Generation Z. *Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, 15(2), 210–230. <https://doi.org/10.18196/jbti.v15i2.22468>
- Hariato, E., Bernardus, D., Murwani, F. D., Jatiwihaha, M. P., Jatiperwira, S. Y., & Effendi, L. V. (2024). Which individual characteristics mediate the relationship between social entrepreneurial passion and social entrepreneurial intention? *Journal of Ecohumanism*, 3(7), 3162–3175. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i7.4459>
- Hasanah, A., & Nurhasikin, N. (2019). Analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat berwirausaha mahasiswa. *Journal of Applied Business Administration*, 3(2), 194–204. <https://doi.org/10.30871/jaba.v3i2.1534>
- Hasanah, F. A., & Rafsanjani, M. A. (2021). Pengaruh efikasi diri terhadap intensi berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi dengan kreativitas sebagai variabel mediator. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 162–174. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3440>
- Livandy, G., & Nuringasih, K. (2022). Peran passion wirausaha, pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga dalam menumbuhkan intensi kewirausahaan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 330–339. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i2.20612>
- Lubada, F., Kusumojanto, D. D., & Indrawati, A. (2021). The meditating entrepreneurial self-efficacy between entrepreneurship education, need for achievement, and creativity on entrepreneurial intention. *Journal of Business and Management Review*, 2(12), 832–839. <https://doi.org/10.47153/jbmr212.2602021>
- Mutsari, Ramadhani, F. A., Hasan, M., & Supatminingsih, T. (2024). Understanding Generation Z's entrepreneurial intention and behavior: evidence from indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(1), 125–147. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26418/jebik.v13i1.75473>
- Oktavio, A., Mitasari, R., Sinarta, Y., Kusumawidjaya, E., Wijaya, V., & Widyawati, C. (2023). Indonesian students' entrepreneurial behavior: the effect of creativity, passion, alertness and intention. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 10(2), 1–23. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15549/jee car.v10i2.1039>

- Prameka, A. S., & Kurniawan, D. T. (2023). The effect of entrepreneurial passion and entrepreneur managerial competencies on digital entrepreneurial intention with entrepreneur training as moderation in Generation Z. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 264–271. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-302-3_30
- Primandaru, N. (2017). Analisis faktor-faktor yang berpengaruh pada minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Economia*, 13(1), 68–78. <https://doi.org/10.21831/economia.v13i1.13276>
- Weligodapola, M., Weerathna, R. S., Hansini, K. G. K., Ravini, P. H. G. W., Sarathchandra, W. G. T. P., & Samarathunga, S. M. D. P. D. (2023). Personality traits empower entrepreneurial intention of Generation Z in Sri Lanka. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1), 1–23. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00349-1>
- Wijaya, F., & Hidayah, N. (2024). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, efikasi diri kewirausahaan, dan lingkungan keluarga terhadap niat berwirausaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(1), 29–37. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i1.28562>