

Volume 10 Nomor 2 Agustus 2025
E-ISSN 2541-0938 P-ISSN 2657-1528

JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI JURKAMI

JURKAMI

VOLUME 10
NOMOR 2

SINTANG
AGUSTUS
2025

DOI
10.31932

E-ISSN
2541-0938
P-ISSN
2657-1528

ANALISIS PERAN *GROWTH MINDSET*, *SELF-EFFICACY* DAN DUKUNGAN SOSIAL MELALUI KREATIVITAS WIRAUSAHA SEBAGAI VARIABEL MODERATOR TERHADAP MOTIVASI WIRAUSAHA GENERASI MILENIAL

Ade Fitri[✉], Marhawati Najib², Muhammad Ilyas Thamrin Tahir³, Andi Tenri Ampa⁴, Hikmayani Subur⁵

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Makassar, Indonesia ¹²³⁴⁵

✉Corresponding Author Email: fitto1712@gmail.com

Author Email: marhawati@unm.ac.id ², ilyasthamrin@unm.ac.id ³,
a.tenriampa@unm.ac.id ⁴, hikmayani.subur@unm.ac.id ⁵

Abstract:

Article History:
Received: January 2025
Revision: July 2025
Accepted: July 2025
Published: August 2025

Keywords:
Growth Mindset, Self-Efficacy, Social Support, Entrepreneurial Creativity, Entrepreneurial Motivation.

In today's Times full of opportunities and obstacles, entrepreneurial motivation is an important component of successful entrepreneurial development. This study aims to analyze how the role of entrepreneurial creativity serves as a moderator variable against entrepreneurial motivation among millennials in Makassar (Tamalanrea district) by analyzing the role of growth mindset, self-efficacy, and social support. The research methodology used is descriptive research combined with quantitative research methods. A total of 317 millennials in the city of Makassar became a sample of the study. Analysis of the data using Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM). The results obtained are growth mindset, self-efficacy, and social support have a direct and significant effect on entrepreneurial motivation. Entrepreneurial creativity has a significant effect on entrepreneurial motivation. Growth mindset, self-efficacy, and social support significantly influence entrepreneurial creativity. Entrepreneurial creativity was able to mediate the relationship of growth mindset to entrepreneurial motivation, and mediate the relationship of self-efficacy and social support to entrepreneurial motivation.

Abstrak:

Sejarah Artikel:
Diterima: Januari 2025
Direvisi: Juli 2025
Disetujui: Juli 2025
Diterbitkan: Agustus 2025

Kata kunci:
Growth Mindset, Self-Efficacy, Dukungan Sosial, Kreativitas Wirausaha, Motivasi Wirausaha

Pada masa sekarang yang penuh dengan peluang dan hambatan, motivasi berwirausaha merupakan komponen penting dari keberhasilan pengembangan wirausaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana peran kreativitas wirausaha berfungsi sebagai variabel moderator terhadap motivasi wirausaha di kalangan generasi milenial di Kota Makassar (Kecamatan Tamalanrea) dengan menganalisis peran *growth mindset*, *self-efficacy*, dan dukungan sosial. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif yang dikombinasikan dengan metode penelitian kuantitatif. Sebanyak 317 generasi milenial di Kota Makassar menjadi sampel penelitian. Analisis data menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Model* (PLS-SEM). Hasil penelitian yang didapatkan yaitu *growth mindset*, *self-efficacy*, dan dukungan sosial berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap motivasi wirausaha. Kreativitas wirausaha berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi wirausaha. *Growth mindset*, *self-efficacy*, dan dukungan sosial berpengaruh secara signifikan terhadap kreativitas wirausaha. Kreativitas wirausaha mampu memediasi hubungan *growth mindset* terhadap motivasi wirausaha, serta memediasi hubungan *self-efficacy* dan dukungan sosial terhadap motivasi wirausaha.



How to Cite: Ade Fitri, Marhawati Najib, Muhammad Ilyas Thamrin Tahir, Andi Tenri Ampa, Hikmayani Subur. 2025. *ANALISIS PERAN GROWTH MINDSET, SELF-EFFICACY DAN*

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis saat ini dipengaruhi oleh kemajuan teknologi yang memungkinkan akses informasi cepat, membuka peluang baru dalam ekonomi. Wirausaha tidak hanya menguntungkan individu, tetapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Perkembangan zaman saat ini dimanfaatkan oleh para generasi milenial untuk mengembangkan potensi yang ada dalam dirinya. Generasi millennial, yang lahir sekitar tahun 1980-an hingga awal tahun 2000-an, merupakan salah satu generasi yang menghadapi tantangan dan perubahan signifikan dalam dunia kerja dan ekonomi (Di Paola et al., 2023). Mereka tumbuh dalam era teknologi digital dan informasi yang cepat, yang memengaruhi cara mereka berpikir, bekerja, dan berwirausaha (Di Paola et al., 2023).

Growth mindset, atau pola pikir bahwa kemampuan dapat dikembangkan melalui kerja keras dan ketekunan, yang memiliki peran penting dalam meningkatkan motivasi dan kreativitas dalam berwirausaha. Menurut Yeager & Dweck, (2020) individu dengan *growth mindset* cenderung lebih berani menghadapi tantangan, lebih gigih dalam mengatasi hambatan, dan lebih optimis dalam mencapai tujuan mereka. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Yeager & Dweck, (2020) yang menunjukkan hubungan positif antara pola pikir berkembang dan prestasi akademik serta motivasi intrinsik. Praktisi sering menggunakan gagasan tentang mentalitas

berkembang kewirausahaan, yang dikembangkan dan diajarkan oleh seorang wirausahawan.

Selain itu, motivasi dan daya cipta wirausaha generasi milenial dipengaruhi oleh efikasi diri, atau keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri. Menurut Yıldız, Sünbül, dan Arslan (2021), *self-efficacy* memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan, ketekunan, serta regulasi emosi, sehingga berdampak langsung pada keberhasilan individu dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan dan kewirausahaan. Seseorang dapat terinspirasi untuk memulai bisnisnya sendiri jika merasa memiliki pengetahuan dan kemampuan yang diperlukan. Karena menjadi wirausahawan yang sukses menuntut keyakinan diri yang konsisten, kegigihan, dan tekad yang kuat dalam berjuang, efikasi diri dan proses kewirausahaan saling terkait erat (Al-Qadasi et al., 2023).

Selain *growth mindset* dan *self-efficacy*, dukungan sosial juga memiliki peran dalam memperkuat kreativitas wirausaha sebagai variabel moderator terhadap motivasi wirausaha. Menurut Lutfi et al., (2020), dukungan sosial dapat memberikan dorongan emosional, informasional, dan instrumental yang diperlukan untuk mengatasi hambatan dan mengembangkan potensi dalam berwirausaha. Penelitian lanjutan oleh Karimi & Makreet (2020) menunjukkan bahwa dukungan sosial dari keluarga, teman, dan lingkungan sekitar dapat memperkuat kepercayaan diri individu serta



memfasilitasi proses pembelajaran dalam kewirausahaan. Dukungan ini menciptakan lingkungan psikologis yang positif, yang memungkinkan individu lebih termotivasi dan kreatif dalam mengembangkan ide bisnis. Selain itu, studi oleh Liu et al. (2021) juga menekankan bahwa dukungan sosial memainkan peran mediasi dalam meningkatkan efikasi diri dan niat berwirausaha, khususnya di kalangan generasi milenial yang menghadapi tantangan ketidakpastian ekonomi dan persaingan global. Menurut penelitian lain, dukungan sosial memperkuat efikasi diri dan pendidikan kewirausahaan (Bartik et al., 2021).

Dalam konteks penelitian, kreativitas kewirausahaan dipandang sebagai elemen penting dalam memperkuat hubungan antara faktor-faktor psikologis dan motivasi berwirausaha. Menurut Zampetakis et al. (2020), kreativitas kewirausahaan merupakan kapasitas individu untuk mengembangkan ide-ide inovatif, berpikir di luar kebiasaan, dan menciptakan solusi unik terhadap tantangan bisnis. Kreativitas ini tidak hanya mendorong lahirnya inovasi, tetapi juga memperkuat kesiapan individu dalam mengambil risiko dan bertindak proaktif dalam meraih peluang. Dengan demikian, kreativitas berperan sebagai variabel moderator yang memperkuat faktor-faktor seperti *self-efficacy*, *growth mindset*, dan dukungan sosial terhadap motivasi berwirausaha. Kreativitas dalam kewirausahaan sangat relevan, terutama ketika mengatasi hambatan dan memanfaatkan prospek bisnis kontemporer.

Dorongan untuk bekerja demi mencapai tujuan dikenal sebagai motivasi kewirausahaan. Motivasi memainkan fungsi penting dalam konteks

kewirausahaan dan dapat diibaratkan sebagai bahan bakar mesin. Potensi bisnis untuk memenuhi berbagai keinginan orang saat ini memengaruhi dorongan ini (Harie & Andayanti, 2020). Dengan demikian, kekuatan yang mendorong seorang wirausahawan untuk mencapai tujuannya dikenal sebagai motivasi kewirausahaan. Ketika seseorang memiliki keberanian untuk memulai perusahaan dan ide baru serta sangat termotivasi untuk menekuni kewirausahaan, mereka menjadi seorang wirausahawan (Harie & Andayanti, 2020).

Generasi milenial di Kecamatan Tamalanrea memanfaatkan kreativitas terutama melalui teknologi digital, seperti penggunaan media sosial dan platform *e-commerce*, untuk menciptakan model bisnis baru yang fleksibel dan adaptif. Generasi Milenial menunjukkan kemampuan dalam memecahkan masalah dengan cara inovatif, misalnya dengan memanfaatkan komunitas online atau kolaborasi untuk mengatasi keterbatasan sumber daya. Selain itu, potensi lokal Makassar, seperti sektor pariwisata, kuliner, dan industri kreatif, memberikan peluang bagi generasi milenial untuk memanfaatkan kreativitas dalam mengidentifikasi segmen pasar yang belum tergarap. Dengan demikian, kreativitas wirausaha menjadi penting bagi generasi milenial di Kota Makassar dalam membangun bisnis yang sukses di tengah perubahan yang cepat.

Berdasarkan fenomena yang telah disebutkan, peran berwirausaha pada generasi milenial menjadi topik yang sangat menarik untuk diteliti. Hal ini disebabkan oleh banyaknya generasi milenial yang aktif dalam memulai usaha guna meningkatkan perekonomian mereka, khususnya di sektor wirausaha di Kecamatan Tamalanrea. Salah satu faktor

yang dapat memengaruhi peran berwirausaha adalah *growth mindset*, *self-efficacy* dan dukungan sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah menerapkan pendekatan kuantitatif yang menegaskan bahwa pendekatan kuantitatif sangat membantu untuk menentukan apakah dan seberapa kuat variabel saling terkait serta untuk merumuskan prediksi berdasarkan data yang telah diukur secara kuantitatif. Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah Motivasi Wirausaha (Y) adalah dorongan internal atau eksternal yang mendorong seseorang untuk memulai, mengelola, dan mengembangkan usaha, baik karena keinginan untuk mandiri, mencari peluang, maupun mencapai tujuan pribadi, Fatoki (2020) , variabel mediasi adalah Kreativitas Wirausaha (Z) adalah kemampuan individu dalam menciptakan ide-ide baru, orisinal, dan berguna untuk menjawab tantangan serta memanfaatkan peluang bisnis, Zampetakis et al. (2020), dan variabel independen adalah *Growth Mindset* (X1) adalah keyakinan bahwa kemampuan dan kecerdasan seseorang dapat dikembangkan melalui usaha, dan pembelajaran dari pengalaman. Individu dengan *growth mindset* cenderung lebih terbuka terhadap tantangan dan tidak mudah menyerah saat menghadapi kegagalan, Karami et al. (2021), *Self-Efficacy* (X2) adalah keyakinan individu terhadap kemampuan untuk mengatur dan

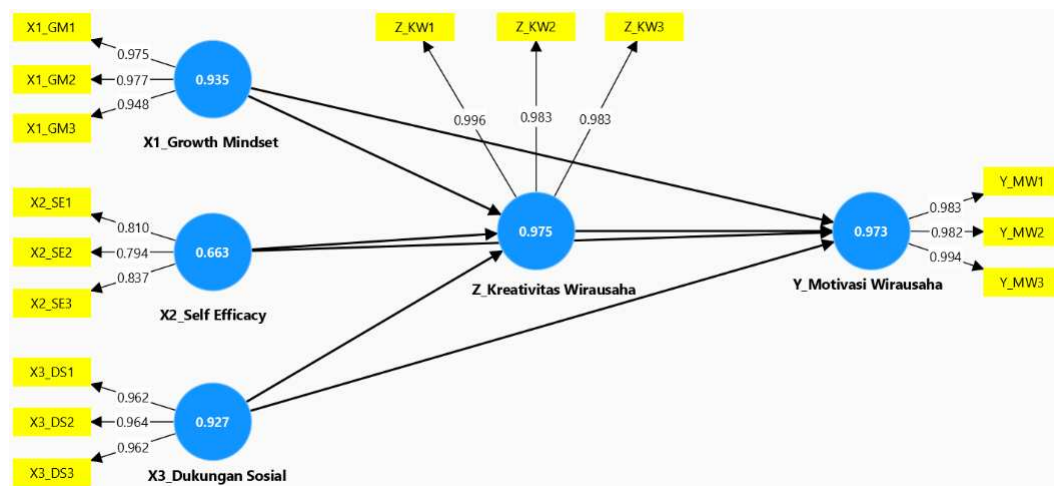
melaksanakan tindakan yang diperlukan dalam mencapai tujuan tertentu. Keyakinan ini memengaruhi cara berpikir, tingkat usaha, dan ketekunan individu, Wang et al. (2022), dan Dukungan Sosial (X3) adalah bantuan emosional, informasi, dan praktis dari orang-orang sekitar yang membantu individu merasa didukung dan lebih percaya diri, Liu et al. (2021).

Populasi dalam penelitian ini yaitu generasi milenial yang berusia 28-40 tahun dan sedang menjalankan usaha aktif atau menunjukkan komitmen yang kuat terhadap bidang kewirausahaan dengan jumlah 1.537 di Kecamatan Tamalanrea. Jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada rumus slovin dengan sekitar 317 sampel. Sumber data ini bersumber dari dataset umkm kecamatan tamalanrea. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi *Structural Equation Modelling Partial Least Squares* (SEM-PLS) menggunakan SmartPLS (versi 4.0). Inner model (model struktural), outer model (model pengukuran), dan uji hipotesis merupakan tiga model utama yang digunakan dalam analisis PLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam hasil penelitian ini, 317 responden data yang telah menyelesaikan kuesioner menjadi sasaran uji model pengukuran. Gambar di bawah ini menampilkan temuan uji eksternal model studi ini:





Gambar 1.
 Hasil Uji Measurement Model
 Sumber: data olahan.

Berdasarkan data responden tersebut, langkah selanjutnya adalah melakukan uji outer model (model pengukuran) yang dimulai dengan uji convergent validity. Nilai faktor pemuatan ideal, yaitu $\geq 0,7$, menunjukkan bahwa setiap item yang valid dalam menilai konstraknya mendukung landasan teoritis yang ada. Agar suatu konstruk dianggap reliabel, nilainya harus lebih besar atau sama dengan 0,7. Nilai

Cronbach's Alpha, Composite Reliability, dan AVE menunjukkan hasil ini. Berdasarkan hasil tersebut, konstruk saat ini dapat dipercaya atau memiliki korelasi yang kuat, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability sebesar $\geq 0,7$. Jika nilai AVE lebih dari 0,5, hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki tingkat ketidakseimbangan yang rendah.

Tabel 1: Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Rho_a	Keterangan
X1_Growth Mindset	0.965	0.977	0.966	Reliabel
X2_Self Efficacy	0.746	0.855	0.753	
X3_Dukungan Sosial	0.960	0.974	0.961	
Y_Motivasi Wirausaha	0.986	0.991	0.986	
Z_Kreativitas Wirausaha	0.987	0.991	0.987	

Sumber : Hasil Olah Data Smart PLS, 2025

Untuk mengetahui derajat perbedaan antara suatu konstruk dengan konstruk lainnya, langkah selanjutnya adalah melakukan uji validitas diskriminan. Hasil ini terlihat dari nilai Cross Loading masing-masing konstruk. tabel 2 menyajikan hasil temuan angka Cross Loading, yang menunjukkan bahwa semua

indikator memiliki koefisien korelasi lebih besar dibandingkan dengan variabel lainnya. Dengan demikian, validitas diskriminan telah terpenuhi karena setiap konstruk mampu merepresentasikan aspek prediktifnya lebih unggul dibandingkan konstruk lainnya.

Tabel 2: Cross Loading

Kode	X1	X2	X3	Y	Z
GM1	0.975	0.224	0.272	0.285	0.889
GM2	0.977	0.238	0.258	0.282	0.868
GM3	0.948	0.371	0.324	0.255	0.940
SE1	0.223	0.810	0.136	0.133	0.294
SE2	0.199	0.794	0.368	0.320	0.204
SE3	0.278	0.837	0.242	0.179	0.358
DS1	0.249	0.251	0.962	0.842	0.259
DS2	0.287	0.336	0.964	0.829	0.295
DS3	0.315	0.307	0.962	0.886	0.284
MW1	0.276	0.304	0.878	0.983	0.271
MW2	0.298	0.209	0.862	0.982	0.267
MW3	0.264	0.256	0.881	0.994	0.262
KW1	0.926	0.326	0.277	0.267	0.996
KW2	0.922	0.346	0.297	0.259	0.983
KW3	0.910	0.374	0.287	0.274	0.983

Sumber : Hasil Olah Data Smart PLS, 2025

Uji R-Square

Tujuan dari uji determinasi, yang juga dikenal sebagai analisis varian (R^2), adalah untuk memastikan seberapa besar variabel independen memengaruhi variabel dependen. Menurut nilai r-kuadrat, 87,5% dari variasi kendala motivasi kewirausahaan dapat dijelaskan oleh *growth mindset*, *self-efficacy*, dan dukungan sosial, sedangkan 12,5% sisanya berasal dari faktor-faktor lain yang terkait dengan penelitian. Dalam penelitian ini, *self-efficacy* dan dukungan sosial mampu menjelaskan 78,6% dari variabilitas

hambatan kreatif kewirausahaan, sedangkan 21,4% sisanya dapat dijelaskan oleh variabel R-kuadrat *growth mindset*.

Uji F-Square

Dalam penelitian ini, Variabel *growth mindset* memiliki pengaruh sedang terhadap variabel motivasi wirausaha ($f^2 = 0,189$). Variabel *growth mindset* memiliki pengaruh besar terhadap variabel kreativitas wirausaha ($f^2 = 1.335$). Variabel *self-efficacy* memiliki pengaruh kecil terhadap variabel motivasi wirausaha ($f^2 = 0,022$). Variabel *self-efficacy* memiliki



pengaruh kecil terhadap variabel kreativitas wirausaha ($f^2 = 0,047$). Variabel dukungan sosial memiliki pengaruh sedang terhadap variabel motivasi wirausaha ($f^2 = 0,216$). Variabel dukungan sosial memiliki pengaruh sedang terhadap variabel kreativitas wirausaha ($f^2 = 0,197$). Variabel kreativitas wirausaha memiliki pengaruh besar terhadap variabel motivasi wirausaha ($f^2 = 25,352$).

Penelitian ini menyoroti analisis peran *growth mindset*, *self-efficacy* dan dukungan sosial melalui kreativitas wirausaha sebagai variabel moderator terhadap motivasi wirausaha dengan fokus pada generasi milenial di Kota Makassar (Kecamatan Tamalanrea). Berdasarkan perhitungan statistik, penelitian ini mendukung sepenuhnya hipotesis yang diajukan

Tabel 3: Uji Hipotesis

Variabel	Original Sample	T Statistics	P Values	Ket.
X1 -> Y	0.475	3.009	0.003	Sig.
X1 -> Z	0.934	4.292	0.000	Sig.
X2 -> Y	0.330	2.060	0.039	Sig.
X2 -> Z	1.272	8.163	0.000	Sig.
X3 -> Y	0.289	2.515	0.012	Sig.
X3 -> Z	0.638	3.108	0.002	Sig.
Z -> Y	0.394	3.673	0.000	Sig.

Sumber : Hasil Olah Data Smart PLS, 2025

Peran *Growth Mindset* Terhadap Motivasi Wirausaha

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha dipengaruhi secara signifikan oleh *growth mindset*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Santoso et al. (2023) yang menggunakan teknik kuantitatif untuk menemukan bahwa motivasi berwirausaha generasi milenial meningkat secara signifikan oleh *growth mindset*. Lebih lanjut, penelitian dari Kusuma et al. (2024) menunjukkan bahwa individu dengan tingkat *growth mindset* yang tinggi memiliki motivasi lebih besar untuk mengambil risiko dan berinovasi dalam bisnis mereka dibandingkan dengan individu yang memiliki pola pikir tetap (*fixed mindset*). Dalam teori kebutuhan berprestasi (*Need for Achievement Theory*) yang menyatakan bahwa kebutuhan berprestasi menjadi salah satu pendorong

utama motivasi seseorang. Individu dengan *growth mindset* menunjukkan kebutuhan berprestasi yang tinggi karena mereka percaya bahwa usaha yang dilakukan akan menghasilkan peningkatan kemampuan dan kesuksesan dalam usaha mereka. Oleh karena itu, *growth mindset* merupakan elemen kunci yang harus dimiliki oleh wirausahawan untuk memastikan keberhasilan jangka panjang dalam dunia bisnis yang kompetitif. Pola pikir ini tidak hanya membantu individu untuk bertahan di tengah tantangan tetapi juga mendorong mereka untuk terus berinovasi dan mengembangkan diri, sehingga menjadi wirausahawan yang adaptif dan sukses di era modern.

Peran *Self-Efficacy* Terhadap Motivasi Wirausaha

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa efikasi diri berperan besar dalam memotivasi orang untuk memulai bisnis

mereka sendiri. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo & Wulandari (2023), yang menggunakan teknik kuantitatif untuk menemukan bahwa efikasi diri sangat meningkatkan motivasi berwirausaha. Teori efikasi diri sosial menekankan pentingnya keyakinan orang terhadap kapasitas mereka untuk terlibat, membentuk koneksi, dan memengaruhi orang lain di lingkungan sosial dengan mengadaptasi prinsip-prinsip efikasi diri standar ke dalam konteks sosial. Oleh karena itu, penting bagi wirausahawan untuk meningkatkan *self-efficacy* sebagai strategi dalam menghadapi ketidakpastian dan kompleksitas dunia bisnis. Penelitian Bandura, (2023), dalam teorinya tentang *self-efficacy*, menyatakan bahwa keyakinan diri yang kuat memungkinkan individu untuk mengatur tindakan mereka secara efektif dalam berbagai situasi. Penelitian oleh Luthans et al (2022) mengungkapkan bahwa *self-efficacy* berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan diri wirausahawan untuk mengambil keputusan yang lebih berani dan menghadapi risiko.

Peran Dukungan Sosial Terhadap Motivasi Wirausaha

Temuan penelitian menunjukkan bahwa dukungan sosial sangat dipengaruhi oleh motivasi wirausaha, terutama dalam mengatasi kesulitan dan hambatan di sektor bisnis. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Rahayu & Suryani, (2024) yang menemukan bahwa jaringan sosial yang kuat sangat penting untuk meningkatkan dorongan berwirausaha, terutama dalam meningkatkan kepercayaan diri dan keterampilan memecahkan masalah. Selain itu, penelitian oleh Wulandari et al, (2023)

menunjukkan bahwa wirausahawan yang memiliki dukungan sosial yang kuat lebih kreatif dan berani mengambil risiko, yang meningkatkan kemungkinan keberhasilan bisnis mereka. Dalam teori dukungan sosial dengan motivasi wirausaha (*Social Support Theory*) menyatakan bahwa dukungan dari orang-orang di sekitar, baik dalam bentuk emosional, informasional, atau instrumental, dapat meningkatkan rasa percaya diri dan motivasi individu untuk berwirausaha. Oleh karena itu dukungan sosial berperan penting dalam meningkatkan motivasi wirausaha, karena memberikan rasa aman, meningkatkan rasa percaya diri, dan memotivasi individu untuk tetap berusaha meskipun menghadapi tantangan. Penelitian ini mendukung teori bahwa semakin besar dukungan sosial yang diterima oleh wirausahawan, semakin tinggi motivasi mereka untuk melanjutkan usaha dan mencapai tujuannya.

Peran Kreativitas Wirausaha Terhadap Motivasi Wirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas wirausaha memiliki peran signifikan terhadap motivasi wirausaha. Hal ini memperkuat motivasi mereka untuk terus berusaha meskipun menghadapi hambatan. Penelitian yang dilakukan oleh Pradana, (2023) menyatakan bahwa kreativitas berperan sebagai pendorong utama dalam membentuk pola pikir wirausahawan yang adaptif dan siap mengambil risiko. Kreativitas juga berkaitan dengan peningkatan kemampuan untuk berinovasi, yang memicu wirausahawan untuk terus mengembangkan produk atau layanan mereka guna memenuhi kebutuhan pasar



yang terus berkembang. Dalam teori kreativitas wirausaha (*Entrepreneurial Creativity Theory*), teori ini menyatakan bahwa kreativitas merupakan faktor kunci dalam meningkatkan motivasi wirausaha. Oleh karena itu, kreativitas wirausaha merupakan elemen penting yang dapat meningkatkan motivasi wirausahawan dalam meraih keberhasilan jangka panjang. Dengan cara ini, para wirausahawan dapat memperkuat daya saing mereka, menciptakan diferensiasi yang jelas, serta membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen yang semakin cerdas dan beragam (Fisher & Amabile, 2023).

Peran *Growth Mindset* Terhadap Kreativitas Wirausaha

Hasil dari penelitian *growth mindset* memiliki peran yang sangat signifikan terhadap kreativitas wirausaha. Hal ini konsisten dengan penelitian yang dikemukakan oleh Grant, H., & Dweck, (2019) yang menunjukkan bahwa mereka yang memiliki pola pikir berkembang lebih cenderung berkonsentrasi pada proses dan pengembangan dibandingkan dengan kegagalan jangka pendek. Penelitian oleh Hidayati, (2023) juga menambahkan bahwa individu yang memiliki *growth mindset* dalam konteks kewirausahaan cenderung lebih terbuka terhadap umpan balik dan pengalaman baru, yang memperkaya ide dan inovasi dalam bisnis mereka. Selain itu, Haryanto, (2023) menunjukkan bahwa wirausahawan dengan *growth mindset* tidak hanya terbuka terhadap risiko, tetapi juga memiliki ketekunan yang lebih besar untuk mengeksplorasi ide-ide kreatif yang mungkin dianggap tidak konvensional. Dalam teori *growth mindset* dengan kreativitas wirausaha, teori ini menyatakan bahwa individu dengan *growth mindset* cenderung melihat kegagalan sebagai

bagian dari proses pembelajaran dan pengembangan, yang pada gilirannya meningkatkan kreativitas mereka dalam mencari solusi inovatif. Secara keseluruhan, kreativitas wirausaha memiliki dampak yang signifikan terhadap motivasi wirausaha, karena kreativitas berfungsi sebagai pendorong utama untuk menghadapi tantangan dan peluang dalam dunia bisnis yang kompetitif.

Peran *Self-Efficacy* Terhadap Kreativitas Wirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-efficacy* memiliki peran signifikan terhadap kreativitas wirausaha, baik secara langsung maupun melalui kemampuan individu untuk menghadapi tantangan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bandura, (2023) *self-efficacy* memengaruhi motivasi dan ketekunan seseorang saat terlibat dalam usaha kreatif. Dalam studi mereka, Chien et al. (2021) efikasi diri yang tinggi meningkatkan kepercayaan diri seseorang dalam mengambil risiko yang diperlukan untuk mengembangkan penemuan baru dalam wirausaha, sehingga meningkatkan kreativitas mereka di pasar yang dinamis. Dalam teori keyakinan diri dan inovasi (*Self-Efficacy and Innovation Theory*), menyatakan bahwa *self-efficacy* berfungsi sebagai mekanisme psikologis yang mendorong individu untuk menghadapi tantangan dan menghasilkan solusi kreatif dalam situasi kompleks. Secara umum, penelitian terbaru menegaskan bahwa *self-efficacy* berfungsi sebagai elemen kunci dalam mendorong individu untuk berinovasi dan menciptakan ide-ide baru dalam konteks wirausaha. Penelitian oleh Zhao et al, (2023) mengungkapkan bahwa *self-efficacy* yang tinggi memberikan dorongan psikologis yang memungkinkan

wirausahawan untuk berpikir lebih kritis dan kreatif dalam mengatasi permasalahan bisnis.

Peran Dukungan Sosial Terhadap Kreativitas Wirausaha

Dukungan sosial memiliki peran yang signifikan terhadap kreativitas wirausaha, terutama dalam membantu individu merasa didukung secara emosional, instrumental, dan informasional selama perjalanan kewirausahaan mereka. Menurut penelitian, wirausahawan lebih termotivasi untuk menyelidiki dan menerapkan ide-ide inovatif dalam bisnis mereka ketika mereka merasakan dukungan sosial yang lebih tinggi, yang pada akhirnya membuat usaha mereka lebih kompetitif (Ng & Feldman, 2014). Selain itu, studi oleh Perry-Smith & Mannucci (2017) dalam *Academy of Management Journal* menambahkan dimensi baru, dengan menunjukkan bahwa dukungan sosial tidak hanya membantu wirausahawan menghadapi tantangan tetapi juga berfungsi sebagai katalis dalam proses pengembangan kreativitas. Dalam teori dukungan sosial terhadap kreativitas (Social Support and Creativity Theory), teori ini menjelaskan bahwa dukungan sosial, baik dalam bentuk 114 emosional, instrumental, maupun informasional, memainkan peran penting dalam meningkatkan kemampuan wirausahawan untuk berpikir kreatif dan inovatif. Secara keseluruhan, dukungan sosial memainkan peran penting dalam mendorong kreativitas wirausaha dengan memberikan dorongan emosional, sumber daya, dan peluang kolaborasi yang memungkinkan wirausahawan untuk mengatasi hambatan,

mengambil risiko, dan menghasilkan inovasi yang berdampak besar pada keberhasilan usaha mereka.

Peran *Growth Mindset* Terhadap Motivasi Wirausaha Melalui Kreativitas Wirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *growth mindset* memiliki peran signifikan terhadap motivasi wirausaha, baik secara langsung maupun melalui kreativitas wirausaha sebagai variabel intervening. Penelitian oleh Grant, H., & Dweck (2019) mengungkapkan bahwa *growth mindset* berhubungan dengan peningkatan ketekunan dan kreativitas dalam mengatasi tantangan. Hal ini diperkuat oleh studi yang dilakukan oleh Liu et al, (2023) yang menunjukkan bahwa *growth mindset* yang dimiliki oleh wirausahawan berkontribusi terhadap peningkatan kreativitas mereka dalam mencari solusi inovatif, yang pada akhirnya memperkuat motivasi mereka untuk terus maju dalam usaha. Sebagai hasilnya, *growth mindset* bukan hanya mendorong individu untuk lebih kreatif, tetapi juga meningkatkan motivasi mereka untuk mencapai tujuan kewirausahaan yang lebih tinggi. Dalam hal ini, individu yang memiliki *growth mindset* percaya bahwa kemampuan mereka untuk mengatasi tantangan dan mencapai tujuan dapat berkembang seiring waktu, yang pada gilirannya mempengaruhi cara mereka berinovasi dan beradaptasi dalam dunia wirausaha.

Peran *Self-Efficacy* Terhadap Motivasi Wirausaha Melalui Kreativitas Wirausaha



Temuan tersebut menunjukkan bahwa *self-efficacy* memiliki peran besar dalam inovasi kewirausahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui kemampuan mengatasi hambatan sebagai variabel intervening. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bandura 2023 *self-efficacy* memengaruhi dorongan dan kegigihan orang saat terlibat dalam usaha kreatif. Dalam studi Chien et al, (2021) efikasi diri yang tinggi meningkatkan kepercayaan diri orang dalam mengambil risiko yang diperlukan untuk mengembangkan terobosan baru dalam kewirausahaan, meningkatkan kreativitas mereka di pasar yang dinamis. Peran *self-efficacy* terhadap motivasi wirausaha melalui kreativitas wirausaha dapat dilihat sebagai faktor yang saling mendukung dalam meningkatkan kinerja dan pencapaian dalam dunia kewirausahaan. Wirausahawan yang terbuka terhadap ide-ide baru dan inovasi eksternal cenderung lebih mampu mengembangkan kreativitas mereka, yang kemudian meningkatkan motivasi untuk berinovasi dan menciptakan solusi baru yang relevan di pasar (Chesbrough, 2024). Dengan demikian, peran *self-efficacy* sangat penting dalam meningkatkan motivasi wirausaha melalui kreativitas yang dihasilkan, yang mendukung kesuksesan dan keberlanjutan usaha seseorang.

Peran Dukungan Sosial Terhadap Motivasi Wirausaha Melalui Kreativitas Wirausaha

Temuan tersebut menunjukkan bahwa dukungan sosial, baik secara langsung maupun melalui daya cipta kewirausahaan sebagai variabel perantara, secara signifikan memengaruhi motivasi kewirausahaan. Selain itu, penelitian sebelumnya telah menunjukkan pentingnya

dukungan sosial dalam menciptakan jaringan sosial yang mendorong pertumbuhan bisnis yang dapat mendorong berbagi ide dan kerja sama tim, yang meningkatkan kreativitas (Venciute et al., 2023). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alharbi et al, (2021), dukungan sosial berfungsi sebagai pendorong yang memperkuat motivasi wirausaha, yang pada gilirannya memengaruhi kemampuan mereka untuk berkreasi dan menciptakan inovasi yang relevan di pasar. Oleh karena itu, dukungan sosial yang kuat berperan penting dalam meningkatkan kreativitas dan memotivasi wirausahawan untuk tetap optimis dan berinovasi dalam menjalankan usaha mereka. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat dukungan sosial, semakin besar kemungkinan wirausahawan merasa termotivasi untuk berinovasi, karena mereka merasa lebih didukung dan dihargai oleh lingkungan sosialnya.

PENUTUP

Growth mindset, *self-efficacy*, dan dukungan sosial secara signifikan berperan terhadap motivasi wirausaha. Individu dengan pola pikir berkembang, keyakinan diri yang tinggi, serta dukungan sosial yang kuat cenderung lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan dan lebih kreatif dalam berinovasi. Kreativitas wirausaha menjadi faktor penghubung yang memperkuat hubungan antara ketiga faktor tersebut dengan motivasi untuk berwirausaha. Hal ini menunjukkan pentingnya pengembangan pola pikir, peningkatan keyakinan diri, dan lingkungan sosial yang mendukung untuk membangun motivasi serta kesuksesan dalam dunia kewirausahaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qadasi, N., Zhang, G., Al-Awlaqi, M. A., Alshebami, A. S., & Aamer, A. (2023). Factors influencing entrepreneurial intention of university students in Yemen: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 14, 1111934. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1111934>
- Alharbi, K. S., Fuloria, N. K., Fuloria, S., Rahman, S. B., Al-Malki, W. H., Shaikh, M. A. J., Thangavelu, L., Singh, S. K., Allam, V. S. R. R., & Jha, N. K. (2021). Nuclear factor-kappa B and its role in inflammatory lung disease. *Chemico-Biological Interactions*, 345, 109568. <https://doi.org/10.1016/j.cbi.2021.109568>
- Bandura, A. (2023). Cultivate self-efficacy for personal and organizational effectiveness. *Principles of Organizational Behavior: The Handbook of Evidence-Based Management 3rd Edition*, 113–135. <https://doi.org/10.1891/0889-8391.13.2.158>
- Bartik, T. J., Hershbein, B., & Lachowska, M. (2021). The effects of the Kalamazoo Promise Scholarship on college enrollment and completion. *Journal of Human Resources*, 56(1), 269–310. <https://doi.org/10.1037/a0018761>
- Chesbrough, H. (2024). Twenty years of open innovation. *MIT Sloan Management Review*, 65(2), 1–3. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780192899798.013.1>
- Chien, F., Ananzeh, M., Mirza, F., Bakar, A., Vu, H. M., & Ngo, T. Q. (2021). The effects of green growth, environmental-related tax, and eco-innovation towards carbon neutrality target in the US economy. *Journal of Environmental Management*, 299, 113633. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.113633>
- Di Paola, N., Meglio, O., & Vona, R. (2023). Entrepreneurship education in entrepreneurship laboratories. *International Journal of Management Education*, 21(2), 100793. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100793>
- Fatoki, O. (2020). Entrepreneurial motivation and performance of small and medium enterprises in South Africa. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(2), 196–211. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2019-0019>
- Fisher, C. M., & Amabile, T. M. (2023). Stimulate creativity by fueling passion. *Principles of Organizational Behavior: The Handbook of Evidence-Based Management*, 443. <https://doi.org/10.1002/9781394320769.ch22>



- Grant, H., & Dweck, C. S. (2019). *Clarifying achievement goals and their impact. Journal of personality and social psychology*, 85(3), 541. <https://doi.org/10.1111/apps.12073>
- Harie, S., & Andayanti, W. (2020). Pengaruh motivasi wirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Intelektium*, 1(2), 107–114. <https://doi.org/10.37010/int.v1i2.187>
- Karami, A., Bagheri, A., & Moradi, M. (2021). The role of growth mindset on entrepreneurial behavior: The mediating effect of entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(5), 857–875. <https://doi.org/10.1108/JEEE-06-2020-0209>
- Karimi, S., & Makreet, A. (2020). The role of social support in entrepreneurial intention among university students: A structural equation model. *Education + Training*, 62(7/8), 843–861. <https://doi.org/10.1108/ET-11-2019-0266>
- Kusuma, I. (2024). *Pengaruh Model Inquiry-Based Virtual Lab terhadap Hasil Belajar, Kemampuan Berpikir Kreatif, dan Efikasi Diri Peserta Didik dalam Pelajaran Fisika di SMA*. Universitas Pendidikan Ganesha. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v7i1.4196>
- Liu, Y., Lin, W., & Wu, L. (2021). Social support, self-efficacy, and entrepreneurial intention: The mediating role of perceived stress. *Frontiers in Psychology*, 12, 656581. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.656581>
- Liu, Y., Iter, D., Xu, Y., Wang, S., Xu, R., & Zhu, C. (2023). G-eval: Nlg evaluation using gpt-4 with better human alignment. *ArXiv Preprint ArXiv:2303.16634*. <https://doi.org/10.18653/v1/2023.e mnlp-main.153>
- Lutfi, A., Diha, P., & Amanda, F. (2020). Pengaruh Dukungan Sosial terhadap Keterampilan Berwirausaha (Studi kasus: Pelaku Ekonomi Kreatif di Kota Makassar). *PARADOKS: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(4), 260–272. <https://doi.org/10.33096/paradoks.v3i4.1275>
- Luthans, B. C., Luthans, K. W., & Chaffin, T. D. (2022). Character matters: the mediational impact of self-regulation on PsyCap and academic performance. *Journal of Education for Business*, 97(1), 1–7. <https://doi.org/10.1080/08832323.2021.1874856>
- Nabila, R., Hidayat, W., Haryanto, A., Hasanudin, U., Iryani, D. A., Lee, S., Kim, S., Kim, S., Chun, D., & Choi, H. (2023). Oil palm biomass in Indonesia: Thermochemical upgrading and its utilization. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 176, 113193. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2023.113193>



- Ng, T. W. H., & Feldman, D. C. (2014). Subjective career success: A meta-analytic review. *Journal of Vocational Behavior*, 85(2), 169–179.
<https://doi.org/10.1016/j.jvb.2014.06.001>
- Perry-Smith, J. E., & Mannucci, P. V. (2017). From creativity to innovation: The social network drivers of the four phases of the idea journey. *Academy of Management Review*, 42(1), 53–79.
<https://doi.org/10.37859/jpumri.v8i2.7555>
- Pradana, B. I., & Wandari, R. (2023). Pembinaan Minat Wirausaha Bagi Masyarakat Urban Kota Malang Melalui Urban Farming. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 7(01).
<https://doi.org/10.30601/dedikasi.v7i2.3969>
- Prasetyo, A., & Wulandari, A. (2023). Pengeruh kepercayaan terhadap Loyalitas dan Word of Mouth dengan Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen Situs Belanja Online. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 6(1), 108–124.
<https://doi.org/10.37859/jpumri.v8i2.7555>
- Rahayu, N. A., Nafratilova, L., & Indrayani, S. (2024). Peningkatan Dukungan Sosial Bagi Kesehatan Mental Remaja Di SMA Negeri 7 Pekanbaru. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 8(2), 210–217.
<https://doi.org/10.31004/basicedu.v7i1.4196>
- Santoso, F. A., & Dwiastuti, I. (2023). Growth Mindset and Self-Regulated Learning in College Students. *Jurnal Sains Psikologi*, 12(1).
<https://doi.org/10.17977/um023v12i12023p1-9>
- Utami, R. A., Wahyuni, T., Lianawati, L., Hidayati, Z., & Hasanah, N. (2023). The Role of Students' Green Mindset in Protecting Nature. *Lentera: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 119–127.
<https://doi.org/10.21093/lentera.v7i2.7949>
- Venciute, D., Mackeviciene, I., Kuslys, M., & Correia, R. F. (2023). The role of influencer–follower congruence in the relationship between influencer marketing and purchase behaviour. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 75, 103506.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103506>
- Wang, Y., Ma, H., & Chen, X. (2022). The impact of self-efficacy on entrepreneurial intention: The mediating role of opportunity recognition and the moderating role of entrepreneurial education. *Frontiers in Psychology*, 13, 832363.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.832363>
- Yeager, D. S., & Dweck, C. S. (2020). What can be learned from growth



mindset controversies? *American Psychologist*, 75(9), 1269.
<https://doi.org/10.1037/amp0000794>

Yıldız, E., Sünbül, A. M., & Arslan, A. (2021). The role of self-efficacy and motivation in predicting students' academic achievement. *International Journal of Educational Methodology*, 7(1), 89–102.
<https://doi.org/10.12973/ijem.7.1.89>

Zampetakis, L. A., Gotsi, M., Andriopoulos, C., & Moustakis, V. (2020). Creativity and entrepreneurial intention in young people: Empirical insights from business school students. *The International Journal of Management Education*, 18(1), 100278.
<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.100278>

Zhao, T., Khan, M. I., & Chu, Y. (2023). Artificial neural networking (ANN) analysis for heat and entropy generation in flow of non-Newtonian fluid between two rotating disks. *Mathematical Methods in the Applied Sciences*, 46(3), 3012–3030.
<https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.2.259>

