

DETERMINAN KREATIVITAS BERWIRAUSAHA GENERASI Z

Carlysia Chiara Arifin¹, Kartika Nuringsih^{2*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: carlysia.115200294@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta*

Email: kartikan@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 01-04-2024, revisi: 03-06-2024, diterima untuk diterbitkan: 11-07-2024

ABSTRAK

UMKM memberikan dampak signifikan terhadap PDB yang meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020 kontribusi UMKM pada produk domestik bruto (PDB) adalah sebesar 61%. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2019, terdapat 65,4 juta UMKM. Hal ini membuktikan bahwa dampak dan kontribusi UMKM yang sangat besar terhadap pengurangan tingkat kemiskinan di Indonesia. Untuk mendukung upaya pembangunan berkelanjutan, maka dari itu diperlukan pendekatan kewirausahaan. Berwirausaha dapat membantu pemerintah untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru serta mengurangi jumlah penurunan. Generasi yang menjadi target bagi pengembangan kewirausahaan di Indonesia adalah Gen-Z karena dinilai sebagai generasi yang peduli dengan isu-isu sosial dan lingkungan, serta memiliki pandangan global dan terbuka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Pendidikan Dan Inovasi Terhadap Kreativitas Berwirausaha Bagi Generasi Z. Jenis penelitian ini merupakan deskriptif kuantitatif, sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 127 responden Generasi-Z dengan pengambilan sampel purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis SEM dengan software SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kreativitas Berwirausaha, Pendidikan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kreativitas Berwirausaha dan Inovasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kreativitas Berwirausaha.

Kata Kunci: kreativitas berwirausaha, pengetahuan, pendidikan, inovasi

ABSTRACT

MSMEs have a significant impact on GDP which increases from year to year. In 2020, the contribution of MSMEs to gross domestic product (GDP) was 61%. Based on data from the Ministry of Cooperatives and SMEs, in 2019, there were 65.4 million MSMEs. This proves that the impact and contribution of MSMEs is very large in reducing poverty levels in Indonesia. To support sustainable development efforts, an entrepreneurial approach is needed. Entrepreneurship can help the government to create new jobs and reduce the number of declines. The generation that is the target for entrepreneurship development in Indonesia is Gen-Z because it is considered a generation that cares about social and environmental issues, and has a global and open view. This research aims to analyze the influence of Entrepreneurship Knowledge, Education and Innovation on Entrepreneurial Creativity for Generation Z. This type of research is quantitative descriptive, the sample used in the research was 127 Generation-Z respondents using purposive sampling. The data analysis technique uses SEM analysis with SmartPLS 4 software. The research results show that Entrepreneurship Knowledge has a positive and significant effect on Entrepreneurial Creativity, Entrepreneurship Education has a positive and significant effect on Entrepreneurial Creativity and Entrepreneurship Innovation has a positive and significant effect on Entrepreneurial Creativity.

Keywords: entrepreneurial creativity, knowledge, education, innovation

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Aktivitas kewirausahaan merupakan suatu mekanisme untuk mendorong pembangunan ekonomi bagi masyarakat Indonesia. Pendekatan melalui sektor kewirausahaan sebagai tulang punggung pembangunan ekonomi nasional sehingga diharapkan dapat menekan kesenjangan ekonomi dan

sosial masyarakat. Tidak dapat dipungkiri bahwa Indonesia adalah negara besar dari segi jumlah penduduk, luas wilayah negara, keragaman budaya serta sumber daya alamnya. Empat faktor tersebut belum sepenuhnya dapat mewujudkan kesejahteraan masyarakat.

Situasi tersebut dibuktikan sampai saat ini masih menghadapi kemiskinan sebesar 26,36 % menurut Berita Resmi Statistik No. 07/01/Th XXVI. Data ini menunjukkan pada September 2022, secara rata-rata rumah tangga miskin di Indonesia memiliki 4,34 orang anggota rumah tangga. Berdasarkan data yang dihimpun oleh CNBC Indonesia, garis kemiskinan per rumah tangga miskin secara rata-rata penduduk Indonesia adalah sebesar Rp.2.324.274,-/rumah tangga miskin/bulan. Untuk mendukung pembangunan berkelanjutan di Indonesia, diperlukan peran sektor kewirausahaan agar taraf kehidupan dapat ditingkatkan secara menyeluruh. Kewirausahaan terbukti berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan penciptaan nilai melalui inovasi (Wang, 2022).

Untuk mendukung upaya pembangunan berkelanjutan, maka dari itu dibutuhkan wirausaha yang mendukung. Maka salah satu pendekatan untuk bisa menopang pembangunan berkelanjutan salah satunya dilakukan melalui pendekatan kewirausahaan. Kewirausahaan adalah perilaku penuh semangat dengan adanya keberanian untuk mengambil resiko sehingga menjadi kreatif dan berkembang (Wiwin novitasyari, 2017).

Berwirausaha merupakan cara untuk melakukan pembangunan, kepemilikan bisnis bagi diri sendiri maupun orang lain. Dengan berwirausaha, akan membantu pemerintah untuk menciptakan lapangan pekerjaan yang baru serta mengurangi jumlah pengangguran. Generasi yang menjadi target bagi pengembangan kewirausahaan di Indonesia adalah Gen- Z. Hal ini relevan dengan sejumlah studi yang mengidentifikasi bahwa Gen- Z merupakan generasi yang erat dengan teknologi sebagaimana Gen- Z lahir di era *smartphone*, tumbuh bersama dengan kecanggihan teknologi dan memiliki keterbukaan akan akses internet yang lebih mudah dibandingkan dengan generasi terdahulu.

Pemuda dengan bantuan teknologi yang bervariasi dan semakin cepat dan canggih dapat mulai melihat peluang bisnis sosial sebagai pilihan bertahan di tengah keterbatasan dalam mencari pekerjaan (Suyatna & Nurhasanah, 2017). Sehingga dalam rangka mendukung pembangunan ke depan sejalan dengan program berkelanjutan itu, generasi yang akan bersentuhan dengan pembangunan adalah Gen- Z.

Data tersebut menyatakan Gen- Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 memiliki jumlah sekitar 74,93 juta jiwa, atau 27,94% populasi. Generasi ini masih berada dalam usia muda hingga remaja awal. Menurut Scroth (2019) Gen- Z memiliki ciri-ciri yaitu memiliki pengalaman terbatas, tidak mudah beradaptasi dengan usia, etnis dan kelas ekonomi, keterampilan komunikasi yang relatif kurang, mudah cemas dan depresi dan rendahnya motivasi untuk maju. Tetapi, Gen- Z memiliki keunggulan lebih dalam menggunakan teknologi informasi daripada Generasi Milenial. Sebab Gen- Z lahir ketika teknologi informasi dan alat-alat berbasis digital sudah berkembang dengan baik.

Oleh sebab itu, Gen- Z sudah terbiasa untuk menggunakan dan menguasai alat-alat berbasis digital sejak dini (Hoque, 2018). Dalam artikel berjudul "Four Reasons Generation Z will be the Most Different Generation" yang di rilis oleh Ryan Jenkins (2017) menyatakan bahwa Gen Z memiliki harapan, preferensi, dan perspektif kerja yang berbeda serta dinilai menantang bagi organisasi. Karakter Gen- Z lebih beragam, bersifat global, serta memberikan pengaruh pada budaya dan sikap masyarakat kebanyakan.

Satu hal yang menonjol, Gen- Z mampu memanfaatkan perubahan teknologi dalam berbagai sendi kehidupan mereka. Teknologi mereka gunakan sama alamnya layaknya mereka bernafas. Dengan dominasi Gen- Z, akan berdampak langsung bagi pembangunan perekonomian Indonesia. Sebagai generasi yang merupakan penggemar teknologi, Gen Z pun dianggap memiliki bakat kreativitas dan inovasi yang kuat. Gen- Z dianggap sebagai generasi yang peduli dengan isu-isu sosial dan lingkungan, serta memiliki pandangan global dan terbuka (Alfaruqy, 2022), Dimana hal ini menunjukkan potensi besar untuk memimpin dan membantu mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan negara Indonesia.

Seiring perkembangan zaman, muncul Revolusi Industri 4.0.(Sudirman et al., 2020) menyatakan Revolusi Industri 4.0 merupakan perubahan aktivitas manusia akibat penemuan internet yang memadukan teknologi komputer dengan mekanisasi. Generasi yang dapat berkembang dan memajukan usaha dengan kondisi Revolusi Industri 4.0 adalah Gen- Z. Gen Z disebut sebagai generasi digital, dan kebutuhan akan layanan nirsentuh diperkirakan akan lebih tinggi karena masyarakat sudah terbiasa berinteraksi dengan mesin atau teknologi dibandingkan dengan manusia. Dalam masyarakat hyperconnected, dimana teknologi berkembang dan menghubungkan manusia kapanpun dan dimanapun, mereka mungkin merasa lelah untuk menghubungi orang lain dan terlalu banyak berinteraksi (Whelan et al., 2020). Tetapi, di era pergempuran teknologi yang sedang dialami oleh Gen- Z, kunci sukses dalam pengembangan usaha tidak hanya dalam kecanggihan maupun menguasai teknologi, tetapi didukung oleh pengetahuan berwirausaha, pendidikan dan inovasi agar dapat bersaing.

Pengetahuan kewirausahaan merupakan kemampuan setiap individu untuk mengingat, mempelajari dan menerapkan informasi. Berdasarkan hal tersebut, pengetahuan kewirausahaan merupakan dasar pembentuk kecerdasan seseorang yang dapat membentuk keyakinan diri dalam kegiatan berwirausaha (Al Ayyubi et al., 2018; Hägg & Kurczewska, 2019; Udayanan, 2019). Pengetahuan kewirausahaan diperoleh dari proses pembelajaran kewirausahaan yang diperoleh oleh generasi Z, baik di sekolah ataupun di luar sekolah.

Pengetahuan tersebut menyangkut bagaimana memanfaatkan peluang bisnis menjadi peluang bisnis yang menguntungkan, bagaimana memulai bisnis yang baru, menghasilkan tambahan produk dan layanan baru sebagai modal untuk kewirausahaan (Shen et al., 2017). Dengan adanya pengetahuan kewirausahaan, tentunya sebuah usaha dapat berkembang secara maksimal. Tetapi agar sebuah usaha dapat berkembang pesat, diperlukan aspek pendidikan kewirausahaan bagi Gen-Z. Menurut penelitian Mei le (2023) pengetahuan kewirausahaan adalah bekal bagi pelaku UMKM dalam menjalankan bisnisnya agar tidak hancur.

Grivokostopoulou et al., (2019) menegaskan premis penting pendidikan kewirausahaan bahwa hal itu dapat dipelajari dan siswa dapat diajarkan untuk membentuk mentalitas, keterampilan, dan kompetensi kewirausahaan. secara spesifik, pendidikan kewirausahaan diartikan sebagai pendidikan dan promosi kompetensi, keterampilan, dan kualitas pribadi seperti inovasi, kreativitas, dan inovasi bagi generasi muda. Oleh karena itu, kewirausahaan melalui pendidikan mengambil peran penting dalam penciptaan wirausaha sebagai sumber daya kompetitif bagi pertumbuhan ekonomi (Ratten & Usmanij, 2021). Soelaiman et al., (2024) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan juga merupakan proses pengembangan pengetahuan dan keterampilan bisnis sehingga berani untuk mengambil risiko dan menghadapi tantangan dalam dunia wirausaha.

Indonesia dihadapkan pada tingkat pengangguran yang tinggi. Bahkan menurut Survei Angkatan Kerja Nasional tahun 2021, jumlah pengangguran terdidik (diploma dan sarjana) mencapai 11,85

% sedangkan jumlah pengangguran tidak terdidik hanya 3,61% (BPS, 2021). Sektor pendidikan menjadi kebutuhan hidup mengingat pendidikan menjadi instrument penting dalam meningkatkan kemampuan individu dan masyarakat untuk beradaptasi dengan perubahan. Dengan adanya pendidikan dan pengetahuan kewirausahaan bagi Gen- Z yang ingin berwirausaha, salah faktor pendorong untuk mendukung kreativitas keberhasilan usaha adalah inovasi.

Inovasi meliputi ide-ide baru, kebaruan dan eksperimen. Hossain *et al.*, (2022) inovasi sebagai kecenderungan kreativitas perusahaan terlibat dalam menghasilkan produk baru, proses teknologi atau layanan. Inovasi juga merupakan cara wirausaha mencari peluang baru atau membawa ide hingga mencapai kesimpulan yang menguntungkan. Mengadopsi inovasi dapat memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis perusahaan mereka dalam jangka panjang (Divisekera dan Nguyen, 2018). Inovasi juga penting untuk menghasilkan loyalitas pelanggan, memperkuat hubungan penyedia layanan logistik bagi pelanggan, mencapai keunggulan kompetitif, dan meningkatkan kinerja perusahaan layanan logistik (Asian, 2019; Wagner dan Sutter, 2012).

Pada dasarnya, pola pikir inovatif dan kreatif bagi kelangsungan hidup bisnis tersebut karena karena mengandung fungsi penilaian diri dan konstruksi sosial yang diturunkan secara relasional untuk menumbuhkan dan meningkatkan kompetensi diri dalam pengembangan dan implementasi ide-ide baru (Tantawy *et al.*, 2021). Fleck dan Asmuth (2021) berpendapat bahwa kreativitas menciptakan kelancaran, orisinalitas dan elaborasi dalam menghasilkan ide produk yang berperan penting dalam proses kewirausahaan. Berdasarkan pandangan sumber daya manusia, wirausahawan harus memiliki visi, kreativitas, dan inovasi agar dapat meningkatkan kinerja operasional perusahaan (Kallmuenzer *et al.*, 2021). Pada dasarnya, pola pikir kreatif membantu membangun efikasi diri dan kemampuan kreatif untuk mengatasi masalah, memecahkan solusi dan daya saing.

Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, penelitian ini ingin mempelajari lebih lanjut tentang pengaruh pengetahuan kewirausahaan, inovasi dan pendidikan terhadap kreativitas berwirausaha pada Gen-Z sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap kreativitas berwirausaha Gen- Z?
- b. Apakah inovasi berpengaruh terhadap kreativitas berwirausaha Gen-Z?
- c. Apakah pendidikan berpengaruh terhadap kreativitas berwirausaha Gen-Z?

2. METODE PENELITIAN

Berdasarkan pada masalah yang diteliti, maka penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif deskriptif yang menggambarkan variabel secara apa adanya didukung dengan data-data berupa angka yang dihasilkan dari keadaan sebenarnya. Populasi pada penelitian ini adalah Gen-Z di Jakarta.

Teknik pemilihan yang digunakan menggunakan teknik pemilihan sampel *non-probability sampling* dan metode *convenience sampling* dimana hanya beberapa populasi yang dapat menjadi responden sesuai kriteria yang telah ditentukan dimana kriteria sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang merupakan Generasi Z berdomisili di Jakarta.

Pengolahan dan analisis data akan menggunakan program Smart PLS 3.0 yang merupakan metode sangat kuat karena tidak didasarkan pada banyak asumsi. PLS tidak mensyaratkan jumlah minimum sampel dan data tidak harus berdistribusi normal multivariate (indikator dengan skala

rasio, ordinal, dan interval dapat digunakan pada model yang sama). Analisis data dengan PLS dilakukan saat mengevaluasi inner model (model struktural). Inner model atau model struktural adalah model untuk memprediksi hubungan kasualitas antar hubungan variabel laten.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Model measurement (*outer model*)

Hubungan antara indikator dan konstruk diukur menggunakan *Model Measurement (Outer Model)* (Ghozali & Latan, 2017). Validitas konstruk dan reliabilitas instrument penelitian akan dievaluasi menggunakan model ini. Dalam penelitian ini, uji validitas diukur menggunakan nilai *convergent validity*, *discriminant validity*, dan melihat nilai dari *Average Variance Extracted (AVE)*. sedangkan dalam uji reliabilitasnya, peneliti menggunakan nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* dalam hal pengukuran reliabilitasnya. Keseluruhan nilai yang didapatkan diperoleh dari hasil pengujian dengan PLS Algoritjm dalam Smart PLS.

Uji validitas konvergen (*convergent validity*)

Jika terdapat korelasi kuat antara skor pada dua instrumen berbeda yang mengukur konstruk yang sama, hal ini disebut validitas konvergen (*Convergent Validity*). Nilai *loading factor* digunakan untuk menentukan validitas konvergen. Ghozali & Latan (2017) menyatakan hal ini. Nilai *loading factor* antara 0,5 dan 0,6 dianggap cukup selama tahap awal pengembangan skala pengukuran. *Outer loading* untuk mengevaluasi validitas konvergen digambarkan pada Tabel 1.

Tabel 1. *Outer loading*
 Sumber: Data Primer, 2023

Indicators	Inovasi	Kreativitas	Pendidikan	Pengetahuan
I1	0,835			
I2	0,789			
I3	0,841			
I4	0,838			
I5	0,845			
I6	0,870			
I7	0,830			
KB1		0,768		
KB2		0,828		
KB3		0,883		
KB4		0,809		
KB5		0,831		
KB6		0,778		
P1			0,799	
P2			0,873	
P3			0,907	
P4			0,897	
P5			0,858	
P6			0,875	
P7			0,816	
PK1				0,854
PK2				0,820
PK3				0,802
PK4				0,781
PK5				0,848
PK6				0,827
PK7				0,806
PK8				0,710

Tabel 1 menunjukkan semua hasil *loading factor* memiliki nilai diatas 0,7 sehingga konstruk untuk semua variabel tidak ada yang dieliminasi dari model penelitian ini. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memenuhi kriteria yang dianjurkan dalam menguji *convergent validity* dan data dapat dikatakan valid.

Uji validitas diskriminan (*discriminant validity*)

Nilai *Discriminant Validity* merupakan nilai *cross loading factor* yang merupakan korelasi konstruk dengan item pengukuran yang lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka hal tersebut menunjukkan bahwa konstruk laten dapat memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik daripada ukuran blok lainnya (Ghozali & Latan, 2017). Untuk mengetahui nilai *cross loading factor* pada setiap variabel terlihat pada *PLS algorithm report* dengan menekan pada *discriminant validity* dilanjutkan dengan *cross loading* pada sub-bagian hasilnya.

Tabel 2. *Cross loading*
Sumber: Data Primer, 2023

Indicators	Inovasi	Kreativitas	Pendidikan	Pengetahuan
I1	0,835	0,662	0,668	0,588
I2	0,789	0,569	0,577	0,702
I3	0,841	0,593	0,588	0,591
I4	0,838	0,690	0,636	0,661
I5	0,845	0,668	0,661	0,554
I6	0,870	0,637	0,671	0,622
I7	0,830	0,647	0,590	0,484
KB1	0,703	0,768	0,649	0,566
KB2	0,617	0,828	0,630	0,617
KB3	0,651	0,883	0,631	0,597
KB4	0,659	0,809	0,527	0,646
KB5	0,565	0,831	0,502	0,500
KB6	0,534	0,778	0,543	0,607
P1	0,549	0,606	0,799	0,709
P2	0,664	0,587	0,873	0,625
P3	0,709	0,635	0,907	0,612
P4	0,722	0,667	0,897	0,607
P5	0,609	0,567	0,858	0,576
P6	0,670	0,682	0,875	0,626
P7	0,598	0,546	0,816	0,544
PK1	0,592	0,616	0,624	0,854
PK2	0,691	0,610	0,679	0,820
PK3	0,538	0,578	0,559	0,802
PK4	0,562	0,639	0,523	0,781
PK5	0,567	0,569	0,632	0,848
PK6	0,560	0,569	0,505	0,827
PK7	0,544	0,568	0,545	0,806
PK8	0,564	0,506	0,535	0,710

Dari hasil *cross loading* pada Tabel 2, korelasi konstruk setiap variabel indikatornya lebih dari korelasi indikator konstruk lainnya Hal ini menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi indikator pada blok mereka lebih baik dibandingkan dengan indikator blok lainnya.

Average Variance Extracted (AVE)

Nilai AVE menunjukkan validitas konvergen memadai yang menunjukkan bahwa variabel laten tunggal dapat menjelaskan lebih dari setengah varian indikator dalam rata-rata. Sesuai Ghozali dan

Latan (2017) nilai AVE dalam penelitian ini memiliki aturan $> 0,5$. Jika nilai AVE lebih besar dari 0,5 menunjukkan indikator pada model yang dikembangkan terbukti benar- benar mengukur konstruk laten yang ditargetkan dan tidak mengukur konstruk laten yang lain.

Tabel 3. Hasil uji AVE
 Sumber: Data Primer, 2023

Variables	Average variance extracted (AVE)
Inovasi	0,698
Kreativitas	0,668
Pendidikan	0,742
Pengetahuan	0,651

Tabel 3 menunjukkan nilai Average Variance Extract (AVE) untuk semua konstruk lebih besar dari 0,5. Hal ini menunjukkan setidaknya 50% atau lebih varians dari indikator dapat dijelaskan.

Uji *composite reliability*

Selain uji validitas dilakukan pengujian reliabilitas suatu konstruk. Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan juga ketepatan instrument dalam mengukur suatu konstruk (Ghozali & Latan, 2017). *Rule of Thumb* yang biasanya digunakan untuk menilai reliabilitas konstruk yaitu nilai *composite reliability* harus $> 0,7$ (Ghozali & Latan, 2017).

Tabel 4. Nilai *composite reliability*
 Sumber: Data Primer, 2023

Variables	Composite reliability
Inovasi	0,930
Kreativitas	0,902
Pendidikan	0,945
Pengetahuan	0,925

Tabel 4 menunjukkan semua variabel memiliki nilai reliabilitas komposit (*Composite reliability*) di atas 0,70 untuk semua konstruk. Dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang baik.

Uji *Cronbach's alpha*

Menurut Ghozali & Latan (2017), pengukuran konstruk dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's alpha*-nya lebih besar dari 0,7 untuk penelitian konfirmatori dan lebih besar dari 0,6 untuk penelitian eksplorasi. Nilai dari *Cronbach's alpha* dapat dilihat dengan langsung masuk ke *construct reliability and validity* dalam hasil *PLS algorithm*, dan lihat kekolom *Cronbach's alpha* dalam matrix. Nilai *Cronbach's alpha* pada penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 5.

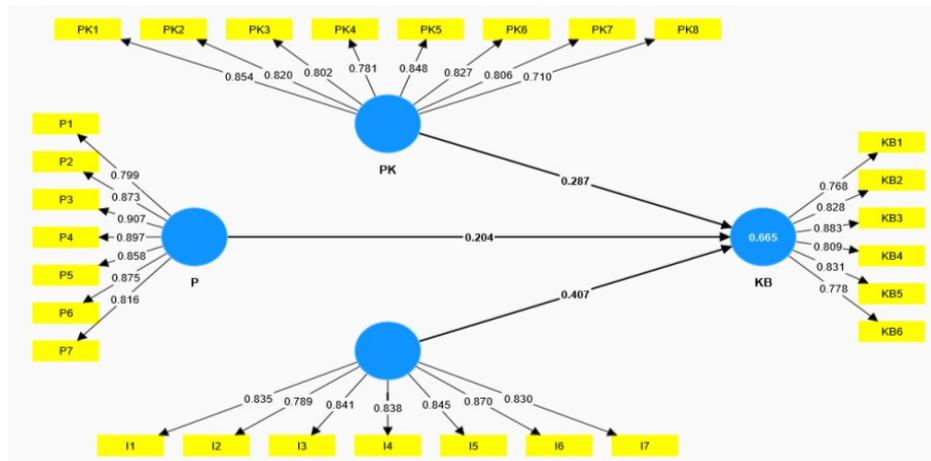
Tabel 5. Nilai *Cronbach's alpha*
 Sumber: Data Primer, 2023

Variables	Cronbach's alpha
Inovasi	0,928
Kreativitas	0,900
Pendidikan	0,942
Pengetahuan	0,923

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's alpha* untuk semua konstruk dan disimpulkan bahwa semua konstruk tersebut melebihi nilai 0,70. Oleh karena itu semua konstruk memiliki reliabilitas yang baik.

Model struktural (*inner model*)

Memprediksi hubungan sebab akibat (*causation relationship*) antar variabel laten variabel yang tidak dapat diukur secara langsung dapat dilakukan dengan bantuan model struktural yang dikenal dengan Inner Model. Struktural model (*Inner Model*) menggambarkan hubungan kausalitas antar variabel laten yang telah dibangun berdasarkan substansi teori.



Gambar 1. Konstruk *inner model*
 Sumber: Data Primer, 2023

Gambar 1 merupakan pengujian *Boostrapping* yang bertujuan mengestimasi suatu distribusi populasi yang tidak diketahui dengan distribusi empiris yang diperoleh dari proses penyampelan ulang (Ghozali & Latan, 2017). Dalam pengujian *Boostrapping* variabel yang digunakan Pengetahuan Kewirausahaan, Pendidikan Kewirausahaan, Inovasi Kewirausahaan, dan Kreativitas Kewirausahaan.

Pengujian Inner Model dalam penelitian dinilai menggunakan R-square untuk setiap variabel menganggur lingkungan sebagai kekuatan dari model yang mendasarinya, *Path Coefficient*, dan P value sebagai nilai estimasi hubungan untuk jalur pada model struktural harus signifikan dan berpengaruh positif, dan untuk signifikan atau tidak ditunjukkan dengan P-Values < 0,05 (signifikansi 5%) (Ghozali & Latan, 2017).

Coefficient of determination (R²)

Menurut Ghozali & Latan (2017), uji R-Square digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Ghozali & Latan, 2017).

Tabel 6. Hasil uji *R-square* dan *Q-square*
 Sumber: Data Primer, 2023

Variables	R-square	R-square adjusted
Kreativitas	0,665	0,657
Variables	Q²predict	
Kreativitas	0,420	

Hasil penelitian berdasarkan uji R-square bernilai 0,657 berdasarkan golongan-golongan yang dikatakan oleh Ghozali & Latan (2017), maka nilai uji R-square dalam golongan kuat. Dalam penelitian ini, nilai variabel independen berpengaruh 65,7% terhadap variabel dependen dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Predictive relevance (Q²)

Penggunaan Predictive Relevance untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan dari model dan juga estimasi parameternya (Ghozali & Latan, 2017). Jika nilai Q² lebih besar dari 0 menunjukkan model tersebut memiliki predictive relevance, sedangkan jika nilai lebih kecil dari 0 menunjukkan model tersebut kurang memiliki predictive relevance (Ghozali & Latan, 2017). Sehingga semakin nilai Q² mendekati angka 1, maka semakin baik juga nilai observasi dan nilai prediktif yang relevan.

Berdasarkan hasil pengujian Predictive Relevance, nilai Q-square pada variabel dependen, yaitu Niat NGM Melanjutkan Bisnis Keluarga sebesar 0,420. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki predictive relevance yang baik dan nilai observasi yang bagus karena nilai Q-square lebih besar dari 0 (Ghozali & Latan, 2017).

Path coefficient

Menurut Ghozali & Latan (2017) uji *Path Coefficient* dilakukan untuk mengetahui alur pengaruh serta nilai keterkaitan variabel satu dengan yang lainnya. Nilai uji ini dalam model struktural dapat dievaluasi dari tanda besaran (*magnitude*) dan signifikansi untuk menentukan arah (positif dan negatif) dan kekuatan antara hubungan antar variabel tersebut (Ghozali & Latan, 2017). Besarnya nilai berkisar antara -1 sampai +1, jika nilai *path coefficient* berada pada rentang 0 sampai 1, maka dapat dinyatakan arah hubungan variabel tersebut dinyatakan positif, sedangkan jika nilai *path coefficient* berada pada rentang -1 sampai 0, maka arah hubungan variabel tersebut dinyatakan negatif (Ghozali & Latan, 2017).

Tabel 7. Hasil uji *t-statistic* dan *p-values*
 Sumber : Data primer, 2023

Hubungan Variable	T statistics (O/STDEV)	P values
Inovasi → Kreativitas Berwirausaha	4,038	0,000
Pendidikan → Kreativitas Berwirausaha	2,166	0,030
Pengetahuan → Kreativitas Berwirausaha	3,453	0,001

Berdasarkan hasil uji di atas menunjukkan:

H1: Pengetahuan Kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap Kreativitas Berwirausaha Generasi Z

Berdasarkan hasil pengujian nilai *T-statistics* variabel Pengetahuan sebesar 3,453 dan *p-values* sebesar 0,001, maka H1 tidak ditolak karena *T-statistic* lebih besar dari 1,96 dan memiliki nilai *p-values* lebih kecil dari 0,05. Disimpulkan Pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kreativitas Berwirausaha.

H2: Pendidikan memiliki pengaruh terhadap Kreativitas Berwirausaha Generasi Z

Berdasarkan hasil pengujian, nilai *T-statistics* variabel Pendidikan sebesar 2,166 dan *p-values* sebesar 0,030, maka H2 tidak ditolak karena *T-statistic* lebih besar dari 1,96 dan memiliki nilai *p-values* lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, disimpulkan Pendidikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kreativitas Berwirausaha.

H3: Inovasi memiliki pengaruh terhadap Kreativitas Berwirausaha Generasi Z

Berdasarkan hasil pengujian, nilai *T-statistics* variabel Inovasi sebesar 4,038 dan *p-values* sebesar 0,000, maka H3 tidak ditolak karena *T-statistic* lebih besar dari 1,96 dan memiliki nilai *p-values* lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, disimpulkan Inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kreativitas Berwirausaha.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, pengetahuan terbukti berpengaruh terhadap kreativitas, hasil penelitian ini sejalan dengan Atiningsih & Kristanto (2020), dimana pengetahuan kewirausahaan muncul karena suatu proses bisnis untuk memperoleh pengetahuan atau pemahaman tentang kegiatan kewirausahaan dan bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan pribadi dan bermanfaat bagi lingkungan. Pengetahuan kewirausahaan dapat dijadikan bekal untuk memperoleh kesuksesan karena kecerdasan tersebut diperoleh seseorang yang telah atau sedang melakukan kegiatan kewirausahaan (Rosmaladewi dkk., 2022). Pengetahuan kewirausahaan dimanfaatkan semaksimal mungkin dapat memberikan manfaat positif dan mendorong perkembangan bisnis (Suryana, 2014).

Melalui pengetahuan kewirausahaan seseorang akan memiliki keterampilan dalam menghasilkan suatu gagasan yang diperoleh melalui berpikir sehingga dapat memanfaatkan peluang dengan baik (Jaya, 2021). Pengetahuan kewirausahaan dapat berasal kajian literature atau dari kegiatan berbagi pengalaman dengan sesama wirausaha (Abdullah & Septiany, 2019). Dengan adanya pengetahuan, perencanaan dan eksekusi dalam menjalankan bisnis akan dapat dilakukan secara optimal dan efektif mungkin guna mencapai keuntungan. Telah terbukti bahwa melalui pendidikan kewirausahaan, generasi z dapat belajar kewirausahaan, sehingga dapat berpikir out of the box, mampu beradaptasi dengan berbagai kegagalan dan belajar dari pengalaman kegagalan, sehingga hal tersebut dapat menginspirasi generasi z untuk menjadi kreatif dan inovatif (Wasilczuk & Sciences, 2020; Irawanto & Novianti, 2021).

Hasil penelitian menunjukkan pendidikan berpengaruh positif terhadap kreativitas berwirausaha karena pendidikan dan pelathan kewirausahaan memberikan konteks dan konten untuk membantu seseorang mempelajari dan menerapkan keterampilan dan perilaku yang dimaksudkan untuk menciptakan nilai dalam perusahaan. Keterampilan kreativitas memungkinkan seseorang menemukan ide-ide baru dan peluang berkontribusi terhadap inovasi (Gundry et al., 2014).

Hasil ini sejalan dengan Atrup et al., (2023), menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan dibutuhkan agar seseorang mampu memenuhi aspek Pendirian yaitu upaya kewirausahaan untuk mengidentifikasi sumber daya yang tersedia tidak terbatas pada pengetahuan, keterampilan, jaringan sosial, dan modal. Selanjutnya aspek berkelanjutan yakni Individu wirausaha melakukan tindakan strategis untuk meningkatkan kemungkinan mencapai tujuan mereka. Individu memodifikasi strategi mereka sebagai respons terhadap perubahan keadaan dan memanfaatkan keadaan menguntungkan yang muncul selama usaha mereka. Selanjutnya aspek Penyesuaian yaitu pengusaha melibatkan orang lain dalam perjalanan bisnisnya. Mereka bekerja dengan mitra, pelanggan, dan pihak terkait lainnya untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dan mengembangkan solusi. Dan terakhir adalah aspek penerapan dimana pengusaha bertindak berdasarkan pengetahuannya dan mengambil langkah nyata untuk mewujudkan tujuannya. Mereka belajar melalui tindakan dan menggabungkan pengetahuan praktis dengan pengetahuan teoritis.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap kreativitas kewirausahaan dimana responden telah menunjukkan aspek kunci inovasi dari perspektif budaya yang digambarkan sebagai kreativitas, dan penerimaan terhadap ide-ide baru, pengambilan risiko dan pola pikir kewirausahaan yang dilakukan (Greffe, 2016). Setiap pengusaha dan perusahaan yang dikelola dengan baik membutuhkan inovasi kreatif untuk tumbuh dan berkembang (Dorcas, 2017). Pemikiran dan gagasan inovatif, serta realisasi peluang dan inovasi yang mengarah pada kewirausahaan, merupakan proses inovasi yang penting (Wathanakom et al., 2020). Pada

dasarnya, inovasi memerlukan berbagai kedalaman informasi relevan yang diperlukan sebagai masukan untuk ide yang sesuai (pembentukan pemikiran). Mengembangkan inovasi akan menjamin kesuksesan persaingan dengan cara meningkatkan kemampuan mengubah pengetahuan dan ide menjadi sebuah produk, proses, atau sistem yang baru secara berkelanjutan untuk kepentingan bisnis (Aryanti *et al.*, 2023)

Melalui inovasi, keinginan untuk melakukan perubahan dalam suatu bisnis akan terus berlanjut sehingga kreativitas akan digunakan untuk mendorong pencapaian tersebut (Julana *et al.*, 2021). Inovasi mengacu dan mendorong pada upaya perusahaan untuk menemukan produk atau layanan baru, serta peningkatan sistem dan proses yang ada atau kecenderungan perusahaan untuk mengembangkan dan mendukung ide-ide baru, eksperimen sehingga adanya inovasi akan mendorong proses kreativitas yang dapat menghasilkan produk, layanan atau proses teknologi baru guna mencapai kesuksesan bisnis melalui peluang baru dan perubahan lingkungan bisnis (Nur & Bakir., 2021).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan, Pendidikan, dan inovasi merupakan faktor yang mempengaruhi kreativitas Gen Z. Temuan dalam penelitian ini memiliki maksud penting dalam pemahaman Pengetahuan, Pendidikan, dan inovasi untuk mendorong tercapainya kreativitas kewirausahaan yang akan berguna dalam menghadapi persaingan bisnis yang sangat dinamis. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi pada pemahaman teoritis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas kewirausahaan serta memberikan dasar yang kuat mengenai pemahaman Pengetahuan, Pendidikan, dan Inovasi dalam mendorong dan mendukung potensi kewirausahaan Gen Z dan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian pada kelompok Gen Z di Jakarta dapat dihasilkan kesimpulan tentang Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Inovasi dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Kreativitas Berwirausaha. Kesimpulan penelitian sebagai berikut:

- a. Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kreativitas Berwirausaha Bagi Gen- Z.
- b. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kreativitas Berwirausaha Bagi Gen- Z.
- c. Pendidikan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kreativitas Berwirausaha Bagi Gen- Z.

Penelitian ini menyarankan penelitian yang akan datang untuk mempertimbangkan menggunakan lebih banyak variabel lain lagi agar dapat menghasilkan penelitian yang baru seperti variabel *Self Efficacy*, *Entrepreneurial Culture*, *Social Media*, *Attitude Towards Entrepreneurship*, dan lainnya. Selain itu, banyaknya sampel perlu ditambahkan agar hasil yang diberikan lebih maksimal dalam menginterpretasikan hasil penelitian. Penulis berharap hasil penelitian yang dilakukan yaitu variabel Pengetahuan, Pendidikan, dan Inovasi Kewirausahaan terhadap Kreativitas Berwirausaha dapat bermanfaat bagi institusi pendidikan untuk mendukung penggunaan penelitian ini sebagai sumber materi yang bermanfaat di kalangan mahasiswa dan akademisi lainnya

REFERENSI

- Aryanti, A. N., Rahmi, P. P., Suryana., Hendrayati, H., & Rahayu, A. (2023). Industri Kreatif Unggul Melalui Strategi Inovasi dan Pentahelix Collaboration: Langkah Pemulihan Bisnis di Covid19. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*.
- Flores Pérez, J.J. & Guevara, R. (2023), "Mediating effect of entrepreneurial passion in the relationship between entrepreneurial orientation and innovative work behavior",

- Measuring Business Excellence*, Vol.27 No. 3, pp. 483-500. <https://doi.org/10.1108/MBE-10-2022-0126>
- Hasan, M., Shofa, N., Thaief, I., Ahmad, M. I.S. & Tahir, T. (2021). Bagaimana Pengetahuan Kewirausahaan Mempengaruhi Minat Berwirausaha Generasi Z melalui Efikasi Diri?. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol. 9, No. 2.
- Jonathan, J. & Nuringsih, K. (2022). Pengaruh Inovasi dan Keproaktifan dalam Mendorong Kinerja Usaha Secara Berkelanjutan. *Jurnal Muara Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 461-472. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i2.20611>
- Linnes, C., & Metcalf, B. (2017). iGeneration and Their Acceptance of Technology. *International Journal of Management & Information System*. Vol. 21. No. 2, pp. 11- 26
- Marizar, E. S., Widjaja, I., & Mutiara, M. W. (2022). Creative Management Strategy In Creativepreneurship. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 288-298. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i2.18682>
- Nasrudin, N., Harahap, I. M., Berutu, E. P. Agustina, I. & Sinaga, R. (2023). Pengaruh Pengetahuan kewirausahaan dan Inovasi terhadap Keberlangsungan Usaha Percetakan di Kota Medan. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*. Vol. 11, No. 2
- Nur, S. K. & Bakir, A. H. (2021). novasi Pengenalan Literasi Keuangan Sejak Dini Melalui Media Pembelajaran Diorama. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 2. NO. 2. Agustus 2021.
- Octaviana, D. R. & Ramadhani, R. A. (2021). Hakikat Manusia: Pengetahuan (Knowledge), Ilmu Pengetahuan (Sains), Filsafat Dan Agama. *Jurnal Tawadu*. Vol. 5 no. 2
- Olivia, M. & Nuringsih, K. (2022). Peran Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial dalam Pengembangan Kreativitas Berwirausaha. *Jurnal Muara Ekonomi dan Bisnis*, 69(1), 203-212. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i1.13360>
- Olivia, G., Fasa, M. I. & Suharto, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Kecil (Small Business) Di Kalangan Gen Z Berdasarkan Nilai – Nilai Ekonomi Syariah. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*. Vol. 4 No.2
- Rizky, F. A., Sentosa, E. & Nursina, N. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kualitas Produk, Dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Pedagang Cabai PD Jaya Pasar Induk Kramatjati Jakarta Timur. *Jurnal Ikrath-Ekonomika*. Vol. 6, No. 2
- Rosmaladewi, Azis, M., Rauf, A., & Sari, P. (2022). Peningkatan Motivasi Berwirausaha Melalui Intensi Kewirausahaan terhadap Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Makassar. Dalam *Seminar Nasional Dies Natalis UNM ke-61*, 101-105.
- Soelaiman, L., Keni Keni, & Puspitowati, I. (2024). Empowering Entrepreneurial Intentions: Educational Support and Self-Efficacy In MBKM Context. *Jurnal Manajemen*, 28(1), 23-44. <https://doi.org/10.24912/jm.v28i1.1760>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Wahyudi, S. (2019). Teori Inovasi: Sebuah Tinjauan Pustaka. *Jurnal Valuta*. Vol. 5 No.2
- Yodchai, N., Ly, P.T.M., & Tran, L.T.T. (2022), "How the creative mindset affects entrepreneurial success in the tourism sector: the mediating role of innovation capability", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 34 No. 1, pp. 279-298. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2021-0695>
- Zulkifli & Meifiani, N. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah. *Universitas Islam Riau. Jurnal Tabarru*. Vol. 4 No.1