

PERAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, DAN KREATIVITAS BERWIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA MAHASISWA UNIVERSITAS TARUMANAGARA

Ferry Gunawan¹, Kartika Nuringsih^{2*}

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

Email: ferry.115210074@stu.untar.ac.id

²Progam Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: kartika@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 11-04-2025, revisi: 15-04-2025, diterima untuk diterbitkan: 31-07-2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran motivasi berwirausaha, pengetahuan kewirausahaan, dan kreativitas berwirausaha terhadap keberhasilan membangun usaha pada mahasiswa Universitas Tarumanagara. Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, ketiga faktor tersebut menjadi elemen penting dalam menentukan kesuksesan membangun usaha, terutama di kalangan mahasiswa yang sedang membangun karier di dunia usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa Universitas Tarumanagara. Analisis data dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh langsung variabel independen, yaitu motivasi berwirausaha, pengetahuan kewirausahaan, dan kreativitas berwirausaha, terhadap variabel dependen, yaitu keberhasilan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa. 1. Motivasi Berwirausaha berdampak negatif dan tidak signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada mahasiswa Universitas Tarumanagara. 2. Pengetahuan Kewirausahaan berdampak positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada mahasiswa Universitas Tarumanagara. 3. Kreativitas Berwirausaha dapat memberikan dampak positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada mahasiswa Universitas Tarumanagara. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi mahasiswa dan akademisi dalam mengembangkan potensi wirausaha serta memberikan wawasan bagi universitas dalam merancang program kewirausahaan yang lebih efektif.

Kata Kunci: kewirausahaan, motivasi berwirausaha, pengetahuan kewirausahaan, kreativitas berwirausaha, keberhasilan usaha

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of entrepreneurial motivation, entrepreneurial knowledge, and entrepreneurial creativity on the success of building a business among Tarumanagara University students. In an era of increasingly tight business competition, these three factors are important elements in determining the success of building a business, especially among students who are building a career in the business world. This study uses a quantitative approach with a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to Tarumanagara University students. Data analysis was conducted to evaluate the direct influence of independent variables, namely entrepreneurial motivation, entrepreneurial knowledge, and entrepreneurial creativity, on the dependent variable, namely business success. The results of the study indicate that. 1. Entrepreneurial Motivation has a negative and insignificant impact on Business Success among Tarumanagara University students. 2. Entrepreneurial Knowledge has a positive and significant impact on Business Success among Tarumanagara University students. 3. Entrepreneurial Creativity can have a positive and significant impact on Business Success among Tarumanagara University students. This study is expected to provide practical contributions for students and academics in developing entrepreneurial potential and provide insight for universities in designing more effective entrepreneurship programs for students.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial motivation, entrepreneurial knowledge, entrepreneurial creativity, business success

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Kewirausahaan erat kaitannya dengan peningkatan kehidupan dan kesejahteraan bagi pembangunan daerah dengan menggali potensi pengusahanya. Hasil kewirausahaan di berbagai negara telah banyak mengalami kemajuan, Khususnya di Indonesia (Oetomo & Utami, 2019). Berwirausaha mempunyai peran sebagai pelaku usaha dalam meningkatkan persaingan baru, kemajuan teknologi, mengembangkan pasar baru, meningkatkan kesempatan, dan mendukung pembangunan ekonomi.

Wirausahawan adalah seorang usaha yang dapat mengimplementasikan perubahan-perubahan didalam pasar melalui kombinasi kombinasi yang baru, wirausaha tidak hanya boleh mengenali perubahan alam pasar saja, tetapi juga bertindak dan menerapkannya. Kemampuan suatu wirausaha juga harus berisikan beberapa faktor yang perlu dimiliki dalam jiwa suatu wirausaha, seperti Motivasi Berwirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Kreativitas Berwirausaha karena oleh faktor-faktor ini dapat membantu suatu wirausaha untuk mencapai kesuksesan membangun suatu usaha.

Penelitian juga menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha bukan hanya sekedar keinginan untuk menciptakan atau membuat sesuatu yang baru, tetapi juga mencakup kesadaran untuk memberikan kontribusi yang lebih dan bermanfaat secara luas terhadap suatu usaha. (Huarng, 2018) terdapat beberapa faktor yang memiliki pengaruh kuat terhadap pertumbuhan usaha kecil. Salah satu faktornya ialah motivasi berwirausaha yang terkait oleh berbagai aspek seperti latar belakang keluarga, peluang yang ada, serta ekonomi individu untuk mencapai tujuan dalam suatu berwirausaha.

Pengetahuan Kewirausahaan sangat diperlukan untuk memulai suatu usaha ataupun bisnis, karena pengetahuan kewirausahaan memiliki peran penting untuk membantu suatu individu untuk mengidentifikasi berbagai peluang bisnis yang ada di pasar serta memahami dinamika yang terjadi didalam dunia kewirausahaan. Namun menurut (Olivia & Nuringsih, 2022) Pengetahuan kewirausahaan tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mengenali peluang saja, tetapi juga sebagai panduan penting dalam menghadapi dan menyelesaikan berbagai masalah yang akan dihadapi oleh wirausaha dalam perjalanan bisnisnya.

Kreativitas Berwirausaha adalah keterampilan penting yang diperlukan untuk mendorong inovasi dan pengembangan dalam berbagai aspek kehidupan, terutama dalam dunia usaha. (Zimmerer, 2017). Kreativitas Berwirausaha sebagai sebuah inisiatif yang mendorong individu untuk menciptakan suatu produk atau proses yang memiliki manfaat nyata. Kreativitas berwirausaha mencakup kemampuan untuk menghadirkan sesuatu yang benar-benar baru, baik itu dalam bentuk produk, ide, atau pendekatan yang sebelumnya belum pernah ada.

Kelompok anak muda di Indonesia akan berkembang secara signifikan, dalam generasi sekarang kewirausahaan kedepannya akan di monopoli oleh anak-anak muda ataupun mahasiswa dan ketika anak-anak muda di Indonesia ini berkembang, kelompok anak muda ini perlu untuk di dorong mengenai Kewirausahaanya. Dan salah satunya di Universitas Tarumanagara yang mendukung proram-program maupun pembelajaran-pembelajaran yang diperlukan untuk mendorong pengetahuan dan persiapan akan kewirausahaan. (Media Indonesia, 2018). Universitas Tarumanagara berhasil melahirkan setidaknya 50 persen lulusannya sebagai wirausahawan baru setiap tahun. Para lulusan dari universitas ini tidak hanya memiliki kesiapan untuk memasuki dunia kerja, tetapi juga mampu menciptakan peluang kerja baru.

Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah motivasi berwirausaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan membangun usaha pada mahasiswa di Universitas Tarumanagara.
- b. Apakah Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keberhasilan membangun usaha pada mahasiswa di Universitas Tarumanagara.
- c. Apakah Kreativitas berwirausaha berpengaruh positif terhadap Keberhasilan membangun usaha pada mahasiswa di Universitas Tarumanagara.

Resource Based View

Resource Based View (RBV) Teori ini memiliki fokus pada sumber daya internal sebagai faktor utama yang menentukan keberhasilan kewirausahaan. Konsep utama *Resource Based View (RBV)* dalam kewirausahaan, RBV mengidentifikasi bahwa tidak semua sumber daya memiliki nilai yang sama. Untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, Sumber daya yang dimiliki harus memiliki karakteristik empat fitur dasar yaitu:

- a. Sumber Daya yang Bernilai (*Valuable Resources*): Sumber daya perusahaan menjadi kompetitif jika dapat meningkatkan efisiensi dan membantu memanfaatkan peluang atau mengatasi ancaman.
- b. Sumber Daya yang Langka (*Rare Resources*): Untuk memberi keunggulan kompetitif berkelanjutan, sumber daya harus langka di antara pesaing. Jika banyak pesaing memiliki sumber daya yang sama, keunggulan tersebut tidak dapat dipertahankan.
- c. Sulit Ditiru (*Inimitable Resources*): Keunggulan kompetitif hanya bertahan jika sumber daya tidak dapat dengan mudah ditiru oleh pesaing. Faktor-faktor seperti kondisi historis, ambiguitas, dan kompleksitas sosial membuat peniruan sulit.
- d. Tidak Tergantikan (*Non-substitutable Resources*): Sumber daya harus bernilai, langka, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat digantikan untuk memberi keunggulan berkelanjutan. Jika pesaing bisa menggantikan sumber daya dengan alternatif strategis, keunggulan tersebut hilang.

Kaitan antara motivasi berwirausaha dan keberhasilan kewirausahaan

Motivasi Berwirausaha memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan sebuah usaha. Motivasi Berwirausaha dapat diartikan sebagai dorongan atau keinginan dari dalam diri seseorang yang menjadi penggerak utama untuk membangkitkan semangat dan antusiasme kerja. Dorongan ini sangat krusial dalam mendukung seseorang untuk menjalankan usaha dengan dedikasi dan komitmen yang tinggi. Dengan adanya Motivasi Berwirausaha, individu akan terdorong untuk mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan, sekaligus menciptakan lingkungan kerja yang dinamis dan produktif. Motivasi berwirausaha yang kuat tidak hanya berpengaruh pada kemauan individu untuk bekerja sama, tetapi juga memastikan bahwa mereka bekerja dengan efektif, terkoordinasi, serta memanfaatkan segala sumber daya untuk mencapai hasil terbaik (Yusniar, 2017).

Pengusaha yang termotivasi oleh peluang atau kesempatan untuk memulai bisnis umumnya memiliki tingkat keberhasilan yang lebih tinggi dibandingkan dengan mereka yang menjalankan usaha karena alasan kebutuhan. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha yang didorong oleh peluang yang dianggap menjanjikan untuk pertumbuhan dan keuntungan cenderung mencapai hasil yang lebih baik dan sukses dalam bisnis mereka. Sebaliknya, pengusaha yang memulai usaha karena alasan mendesak sering kali memiliki tingkat keberhasilan yang lebih rendah, karena motivasi mereka lebih bersifat reaktif dan mungkin kurang mendukung inovasi atau strategi yang diperlukan untuk meraih kesuksesan dalam jangka panjang. (Leszczyński, 2015).

Kaitan antara pengetahuan kewirausahaan dan keberhasilan usaha

Menjadi seorang wirausahawan dalam bidang yang berfokus pada berbagi pengetahuan, seperti teknologi atau pendidikan, menuntut individu untuk terus mencari inovasi dalam mengembangkan usahanya. Hal ini bertujuan tidak hanya untuk menjaga kelangsungan bisnis, tetapi juga untuk mencapai kesuksesan yang diidamkan. Pengusaha yang secara aktif memperluas pengetahuan dan berinovasi memiliki peluang lebih besar untuk membawa usahanya meraih hasil optimal sesuai dengan target yang telah direncanakan (Hartanti & Hadian, 2021).

Memiliki pengetahuan yang memadai di bidang kewirausahaan memungkinkan pelaku usaha untuk memahami secara lebih baik dan mendalam berbagai aspek yang terlibat dalam menjalankan bisnis. Pengetahuan ini dapat diperoleh melalui beragam cara, seperti pendidikan formal maupun pengalaman langsung di dunia usaha. Dengan landasan pengetahuan yang kuat, wirausahawan dapat memiliki pandangan yang lebih terarah tentang cara mengelola bisnis secara efektif. Selain itu, pengetahuan kewirausahaan juga mendorong pelaku usaha untuk berpikir lebih kreatif dan inovatif. Mereka mampu memanfaatkan peluang di sekitar mereka secara optimal dan menghasilkan ide-ide baru yang memperkuat posisi bisnis mereka di pasar. Pengetahuan ini juga membantu pelaku usaha beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis serta menyusun strategi yang lebih cerdas untuk menghadapi tantangan, sehingga mendukung pertumbuhan dan keberhasilan usaha mereka. (Sugiyono, 2020).

Kaitan antara kreativitas berwirausaha dan keberhasilan usaha

Kreativitas wirausahawan memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis, terutama pada tahap awal pengembangannya. Kemampuan untuk menciptakan ide-ide segar dan inovatif sangat berkaitan dengan kemampuan wirausahawan dalam mengatasi berbagai tantangan serta memanfaatkan peluang yang ada di pasar. Hal ini menegaskan bahwa wirausahawan yang kreatif lebih tanggap terhadap perubahan dan mampu menemukan metode baru untuk berkembang di tengah dinamika pasar yang terus berubah (Cemosa & Soelaiman, 2020).

Kreativitas Berwirausaha menjadi elemen utama dalam proses kewirausahaan karena memungkinkan wirausahawan untuk menyelesaikan masalah secara inovatif dan menciptakan solusi baru yang berkontribusi pada penciptaan nilai ekonomi (Mansoori & Lackeus, 2019). Studi ini menekankan bahwa kreativitas berwirausaha tidak hanya berperan dalam mengembangkan produk atau layanan, tetapi juga dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis yang muncul selama perjalanan kewirausahaan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, yaitu metode penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan berdasarkan data berupa angka dan analisis statistik. Pemahaman yang mendalam tentang konsep-konsep seperti pendekatan penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, serta analisis data diperlukan untuk menjelaskan elemen-elemen ini secara komprehensif dalam proposal maupun laporan penelitian. Metode kuantitatif dipilih karena dapat membantu mengumpulkan data yang valid dalam bentuk angka dan statistik. Pengumpulan data dilakukan melalui survei dan formulir yang ditujukan kepada mahasiswa Universitas Tarumanagara.

Selanjutnya, penelitian ini menggunakan desain penelitian survei, karena pendekatan ini memungkinkan pengumpulan data secara efisien dari sampel yang besar, sehingga memberikan wawasan yang lebih luas tentang pengaruh personal branding dan media sosial terhadap keberhasilan kewirausahaan di kalangan mahasiswa serta alumni Universitas Tarumanagara.

Melalui survei, peneliti dapat mengukur variabel-variabel yang relevan secara langsung dari responden, menghasilkan data yang representatif dan reliabel untuk dianalisis dan diinterpretasikan. Desain survei ini juga efektif dalam mendukung penelitian untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan terkait hubungan antar variabel yang diteliti.

Kemudian, pendekatan yang ingin dipakai untuk mengumpulkan data adalah dengan pendekatan kuantitatif karena penelitian menggunakan metode survei dengan membagikan kuesioner secara offline dan online pada mahasiswa Universitas Tarumangara. Teknik yang digunakan peneliti dalam pemilihan sampel penelitian adalah *Probability Random Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Sehingga penelitian ini memiliki jumlah sampel yang akan di ambil sekitar 100-150 Responden.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian validitas terdiri dari dua yaitu Validitas Konvergen dan Validitas Diskriminan. Selanjutnya, untuk pengujian Validitas Konvergen menggunakan analisis *Outer Loadings*, *Average Variance Extracted (AVE)*, dan *Variance Inflation Factor (VIF)*, lalu untuk melakukan pengujian Validitas Diskriminan menggunakan analisis *Fornell-lecker criterion* dan *Cros Loadings*.

Outer loadings

Outer loadings menunjukkan hubungan antara indikator dengan konstruknya. Indikator dengan nilai loading yang rendah menandakan perannya yang kurang signifikan dalam model pengukuran. Untuk mencapai validitas yang baik, nilai *outer loadings* idealnya melebihi 0,7. Namun, nilai *outer loadings* dalam rentang 0,5 hingga 0,6 masih dapat diterima untuk memenuhi kriteria validitas konvergen (*convergent validity*).

Tabel 1. Hasil uji *outer loadings*
Sumber: Olahan data SmartPLS 4.00

Indikator	<i>Outer loadings</i>
KB1	0,848
KB2	0,725
KB3	0,776
KB4	0,857
KB5	0,838
KX1	0,765
KX2	0,799
KX3	0,753
KX4	0,730
KX5	0,762
MB1	0,732
MB2	0,723
MB3	0,742
MB4	0,717
MB5	0,739
MB6	0,720
PK1	0,715
PK2	0,752
PK3	0,736
PK4	0,776
PK5	0,713
PK6	0,702

Average Variance Extracted (AVE)

Menurut Ghazali (2016), *Average Variance Extracted* (AVE) digunakan untuk menilai sejauh mana sebuah indikator atau variabel mampu merepresentasikan faktor laten yang diukur. AVE menghitung rata-rata varian yang dijelaskan oleh konstruk laten terhadap indikator-indikatornya. Nilai AVE yang tinggi menunjukkan bahwa indikator memberikan kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan konstruk laten tersebut. Ghazali (2016) menyatakan bahwa untuk memenuhi kriteria validitas konvergen pada model reflektif, nilai AVE harus lebih dari 0,5. Hasil pengujian tersebut ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil uji *Average Variance Extracted* (AVE)

Sumber: Olahan data SmartPLS 4.00

Variabel	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)
Keberhasilan Usaha	0,657
Kreativitas Berwirausaha	0,581
Motivasi Berwirausaha	0,531
Pengetahuan Kewirausahaan	0,537

Variance Inflation Factor (VIF)

Menurut Handayati (2020), pengujian Variance Inflation Factor (VIF) bertujuan untuk mendeteksi keberadaan korelasi tinggi antar variabel independen dalam sebuah model. Dalam uji ini, nilai VIF yang ideal biasanya kurang dari 10, sedangkan nilai toleransi (VIF) lebih dari 0,10. Jika nilai VIF melebihi 10, hal ini mengindikasikan adanya masalah multikolinearitas dalam model. Hasil pengujian tersebut ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil uji *Variance Inflation Factor* (VIF)

Sumber: Olahan data SmartPLS 4.00

Variabel	Nilai	Keterangan
Kreativitas Berwirausaha → Keberhasilan Usaha	2,909	Tidak Terdapat Multikolinearitas
Motivasi Berwirausaha → Keberhasilan Usaha	1,731	Tidak Terdapat Multikolinearitas
Pengetahuan Kewirausahaan → Keberhasilan Usaha	2,849	Tidak Terdapat Multikolinearitas

Fornell-Larcker criterion

Suatu konstruk memiliki nilai validitas diskriminan yang baik jika akar pada AVE lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi tersebut dengan variable lainnya menurut uji Fornell-Larcker *Criterion*..

Tabel 4. Hasil uji Fornell-Larcker *criterion*

Sumber: Olahan data SmartPLS 4.00

	Keberhasilan Usaha	Kreativitas Berwirausaha	Motivasi Berwirausaha	Pengetahuan Kewirausahaan
Keberhasilan Usaha	0,810			
Kreativitas Berwirausaha	0,723	0,762		
Motivasi Berwirausaha	0,462	0,620	0,729	
Pengetahuan Kewirausahaan	0,667	0,791	0,610	0,733

Cross loadings

Validitas suatu konstruk dinyatakan memiliki nilai yang baik apabila pengujian *cross loadings* menunjukkan nilai indikator pada konstruk memiliki nilai lebih tinggi daripada konstruk lainnya. Hal ini memperlihatkan bahwa setiap konstruk memiliki dominasi yang jelas dibandingkan konstruk lainnya, sehingga validitas dapat dianggap memadai. Hasil pengujian tersebut ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil uji *cross loadings*
Sumber: Olahan data SmartPLS 4.00

Indikator	Keberhasilan Usaha	Kreativitas Berwirausaha	Motivasi Berwirausaha	Pengetahuan Kewirausahaan
KB1	0,848	0,587	0,396	0,554
KB2	0,725	0,632	0,535	0,540
KB3	0,776	0,496	0,258	0,482
KB4	0,857	0,586	0,316	0,543
KB5	0,838	0,611	0,343	0,570
KX1	0,557	0,765	0,415	0,621
KX2	0,602	0,799	0,446	0,622
KX3	0,563	0,753	0,470	0,580
KX4	0,554	0,730	0,495	0,576
KX5	0,462	0,762	0,555	0,617
MB1	0,361	0,432	0,732	0,388
MB2	0,336	0,376	0,723	0,382
MB3	0,367	0,434	0,742	0,474
MB4	0,239	0,390	0,717	0,351
MB5	0,353	0,542	0,739	0,507
MB6	0,334	0,523	0,720	0,539
PK1	0,485	0,672	0,477	0,715
PK2	0,516	0,638	0,422	0,752
PK3	0,509	0,640	0,428	0,736
PK4	0,559	0,559	0,452	0,776
PK5	0,413	0,450	0,434	0,713
PK6	0,423	0,495	0,479	0,702

Reliability

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Suatu instrumen dianggap reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60 dan *Composite Reliability* lebih dari 0,70.

Tabel 6. Hasil uji *reliability*
Sumber: Olahan data SmartPLS 4.00

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i> (rho a)	<i>Composite Reliability</i> (rho c)
Keberhasilan Usaha	0,868	0,870	0,905
Kreativitas Berwirausaha	0,820	0,822	0,874
Motivasi Berwirausaha	0,825	0,827	0,872
Pengetahuan Kewirausahaan	0,828	0,833	0,874

Path coefficient

Menurut Sartedt (2017) Koefisien jalur atau *Path Coefficient* berfungsi untuk mengukur kekuatan hubungan diantara variable. Nilai *Path Coefficients* berada dalam rentang -1 hingga +1, dengan nilai yang semakin mendekati +1 ini menunjukkan hubungan yang akan semakin kuat antara variable dependengan dengan variable independent.

Tabel 7. Hasil uji *path coefficient*
Sumber: Olahan data SmartPLS 4.00

	<i>Original Sample</i>	<i>T Statistics</i>	<i>P Values</i>
Kreativitas Berwirausaha → Keberhasilan usaha	0,535	5,282	0,000
Motivasi Berwirausaha → Keberhasilan Usaha	-0,028	0,385	0,700
Pengetahuan Kewirausahaan → Keberhasilan usaha	0,261	2,483	0,013

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah motivasi berwirausaha, pengetahuan kewirausahaan, dan kreativitas berwirausaha, memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha. Penelitian ini melibatkan 150 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara. Data yang diperoleh diolah menggunakan program Smart PLS 4.00. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, kesimpulan penelitian ini adalah:

- a. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Pengetahuan Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
- b. Selanjutnya, Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kreativitas Berwirausaha dengan Keberhasilan Usaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
- c. Terakhir, terdapat pengaruh yang negatif dan tidak signifikan antara motivasi berwirausaha dengan keberhasilan usaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini serta mempertimbangkan berbagai keterbatasan yang ada, peneliti menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat. Saran-saran tersebut adalah:

- a. Motivasi Berwirausaha yang dimiliki oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara sudah tergolong baik, namun akan lebih baik lagi apabila mahasiswa lebih bisa membagi dan mengatur efisiensi waktu yang digunakan agar dapat menjalankan berbagai kegiatan lebih baik lagi.
- b. Meningkatkan Pengetahuan Kewirausahaan dapat dilakukan lebih baik lagi dengan memanfaatkan berbagai sumber informasi yang relevan, seperti mengikuti seminar, menggunakan modul pembelajaran, memperelajari melalui media sosial, atau mengakses aplikasi digital yang berorientasi pada kewirausahaan.
- c. Untuk meningkatkan kreativitas berwirausaha dalam mendukung keberhasilan usaha, disarankan agar pelaku usaha secara aktif melatih kemampuan berpikir inovatif melalui workshop, pelatihan, atau kolaborasi dengan komunitas kreatif. Selain itu, penting untuk selalu membuka diri terhadap ide-ide baru, memanfaatkan teknologi sebagai alat eksplorasi, dan mengadaptasi strategi kreatif yang relevan dengan tren pasar terkini.
- d. Peneliti berikutnya disarankan agar lebih memperbesar jumlah sampel, tidak hanya sampel yang berada di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara saja, melainkan peneliti juga dapat mengambil sampel dari Fakultas yang lain juga. Atau pun peneliti juga dapat mengambil sampel dari Universitas ternama lainnya.

Ucapan terima kasih

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan terwujudnya penelitian ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebanyak banyaknya kepada:

1. Ibu RR. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan untuk meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan petunjuk, bimbingan, pengajaran dan perhatian yang sangat bermanfaat kepada saya dalam menyusun penelitian ini.
2. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Frangky Selamat, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara

4. Seluruh dosen, staf pengajar, staf administrasi dan staf perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumangara yang telah mendidik, membekali dan memberikan layanan terbaik kepada peneliti dengan berbagai ilmu pengetahuan yang sudah diajari.
5. Bapak Lay Kiat Phin selaku Ayahanda, Ibu Tjung Fui Fong selaku Ibunda, serta Fernando dan Stefanny selaku saudara yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan perhatian hingga nasihat selama penyusunan penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.
6. Kekasih saya yakni Evelyne Lee yang selalu memberikan motivasi, perhatian, nasihat, dan dukungan selama proses pembuatan penelitian ini.
7. Sababat saya sejak masa sekolah hingga sekarang, yaitu Clevint Jason Han, Petra Ezra Fabio, Nicholas Krisna, Aurellia Jessica, dan Ruby Rachel yang telah memberikan dukungan moral dan semangat dalam pembuatan penelitian ini.
8. Rekan kerja dan teman saya pada klub *Falcons Basketball*, yaitu Vendy Tanton, Funny, Budi Setiawam, Andre Winata, Audryan, Giovano, Nicholas, David, Owen, Angel, dan Ael yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Teman teman saya di kuliah, yaitu Ryan Gani, Felix Demetrius, Fernando Richardo, Henrich Moses, Natalia Margaretha, Glenn, dan Marissa Leviani yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam pembuatan penelitian ini.
10. Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu-persatu, yang telah ikut memberikan kontribusi sehingga penelitian ini dapat terselesaikan tepat waktu.

REFERENSI

- Ardiyanti, D., & Mora, Z. (2019). Pengaruh Minat usaha dan motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha wirausaha muda di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 168-178. <https://doi.org/10.33059/jseb.v10i2.1413>
- Cemosa, C., & Soelaiman, L. (2020). Pengaruh kreativitas, proaktif dan otonomi terhadap kinerja usaha makanan dan minuman. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(4), 889-896. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9868>
- Chang, Y. Y., & Chen, M. H. (2020). Creative entrepreneurs' creativity, opportunity recognition, and career success: Is resource availability a double-edged sword?. *European Management Journal*, 38(5), 750-762. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2020.03.004>
- Chen, M. H., Chang, Y. Y., & Pan, J. Y. (2018). Typology of creative entrepreneurs and entrepreneurial success. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 12(5), 632-656.
- Ephrem, A. N., Nguezet, P. M. D., Charmant, I. K., Murimbika, M., Awotide, B. A., Tahirou, A., Lydie, M. M., & Manyong, V. (2021). Entrepreneurial motivation, psychological capital, and business success of young entrepreneurs in the drc. *Sustainability*, 13(8), 4087. <https://doi.org/10.3390/su13084087>
- Gemina, D., & Pitaloka, A. W. (2020). Keberhasilan usaha berbasis sikap kewirausahaan dan pengetahuan kewirausahaan pada usaha mikro kecil menengah makanan minuman Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor. *Jurnal Visionida*, 6(1), 20-32.
- Lechuga-Nevárez, M. D. R. (2024). Motivation in entrepreneurship: a guarantee of entrepreneurial success. *Arab Economic and Business Journal*, 16(1), 8.
- Munawar, S., Yousaf, H. Q., Ahmed, M., & Rehman, S. (2023). The influence of online entrepreneurial education on entrepreneurial success: An empirical study in Pakistan. *The International Journal of Management Education*, 21(1), 100752.
- Nagel, P. J. F., & Suhartatik, A. (2022). Pengaruh motivasi, kompetensi kewirausahaan dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha umkm makanan minuman di surabaya. In *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi* (Vol. 2, No. 1, pp. 1024-1024).

- Srimulyani, V. A., & Hermanto, Y. B. (2021). Impact of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial motivation on micro and small business success for food and beverage sector in east Java, Indonesia. *Economies*, 10(1), 10.
- Staniewski, M. W. (2016). The contribution of business experience and knowledge to successful entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 69(11), 5147-5152.
- Wijaya, A., & Nuringsih, K. (2024) Pengetahuan kewirausahaan, motivasi kewirausahaan, dan kreativitas dapat memengaruhi minat berwirausaha. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 6(2), 284-291. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i2.29831>