

ANALISIS PERAN INOVASI, KREATIVITAS DAN MODAL SOSIAL TERHADAP KESUKSESAN *STARTUP* MAHASISWA UNIVERSITAS TARUMANAGARA

Blesviando Samuel Tan¹, Oey Hannes Widjaja^{2*}

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: blesviando.115210429@stu.untar.ac.id

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

*Penulis Korespondensi

Masuk: 05-07-2024, revisi: 06-08-2024, diterima untuk diterbitkan: 14-09-2024

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh inovasi, kreativitas, dan modal sosial terhadap keberhasilan startup bisnis online di kalangan mahasiswa Universitas Tarumanagara. Dalam penelitian ini, teknik purposive sampling digunakan untuk menentukan sampel, dengan jumlah responden sebanyak 99 mahasiswa yang aktif menjalankan startup bisnis online. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring yang disebarakan menggunakan Google Form. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) yang diolah dengan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Inovasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan startup bisnis online, menunjukkan bahwa kreativitas dalam menciptakan produk atau layanan baru memainkan peran penting dalam mendorong keberhasilan startup, 2) Kreativitas memiliki kontribusi positif dan signifikan terhadap kesuksesan startup, mencerminkan pentingnya ide-ide baru dan kemampuan berpikir inovatif untuk memenangkan persaingan pasar, dan 3) Modal sosial juga berdampak positif secara signifikan, menegaskan peran hubungan sosial, jaringan, dan kolaborasi dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa inovasi, kreativitas, dan modal sosial merupakan elemen kunci yang harus diperhatikan oleh mahasiswa untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis online mereka di era digital yang kompetitif.

Kata Kunci: inovasi, kreativitas, modal sosial, startup bisnis online, mahasiswa, Universitas Tarumanagara

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of innovation, creativity, and social capital on the success of online business startups among Universitas Tarumanagara students. In this research, purposive sampling was employed to determine the sample, involving 99 students actively running online business startups. Data was collected through online questionnaires distributed via Google Forms. The data analysis was conducted using the Structural Equation Modeling (SEM) approach processed with SmartPLS version 4.0 software. The results show that 1) Innovation has a positive and significant impact on the success of online business startups, highlighting the importance of creativity in developing new products or services to drive startup success, 2) Creativity contributes positively and significantly to startup success, emphasizing the role of innovative ideas and thinking to compete in the market, and 3) Social capital also has a positive and significant impact, underscoring the role of social relationships, networks, and collaboration in supporting business growth and sustainability. This study implies that innovation, creativity, and social capital are key elements that students should consider enhancing the competitiveness and sustainability of their online businesses in a competitive digital era.

Keywords: innovation, creativity, social capital, online business startups, students, Universitas Tarumanagara

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang, startup bisnis online menjadi salah satu pilihan utama bagi mahasiswa untuk mengembangkan potensi kewirausahaan. Startup, sebagaimana dijelaskan oleh Blank & Dorf (2020) dalam *The Startup Owner's Manual*, didefinisikan sebagai organisasi sementara yang dirancang untuk menemukan model bisnis yang dapat diulang dan terukur, terutama di tengah ketidakpastian pasar. Fleksibilitas dalam mencoba berbagai pendekatan menjadikan startup sebagai wadah bagi mahasiswa untuk berinovasi dan menguji berbagai solusi hingga menemukan model bisnis yang tepat.

Di Indonesia, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuka banyak peluang bagi generasi muda untuk menciptakan inovasi baru dalam dunia bisnis. Khususnya di kalangan mahasiswa, kemudahan akses terhadap teknologi telah mendorong pertumbuhan startup bisnis online yang signifikan. Namun, meskipun akses terhadap teknologi semakin mudah, banyak tantangan yang masih harus dihadapi, terutama dalam memanfaatkan inovasi, kreativitas, dan modal sosial sebagai elemen kunci untuk mencapai kesuksesan bisnis (Purwantini et al., 2021; Widjaja et al., 2022).

Urgensi penelitian ini muncul dari tingginya tingkat kegagalan startup, terutama pada fase awal perkembangan. Berdasarkan pernyataan Presiden Joko Widodo pada acara BUMN Startup Day tahun 2022, sekitar 80%-90% startup di Indonesia mengalami kegagalan (CNCB Indonesia, 2022). Tingginya angka kegagalan ini sering kali disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang faktor-faktor yang mendukung keberhasilan startup, khususnya dalam mengelola inovasi, kreativitas, serta modal sosial. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut yang fokus pada bagaimana mahasiswa sebagai pelaku startup dapat mengoptimalkan ketiga elemen tersebut untuk mendukung keberhasilan bisnis mereka.

Bisnis online, sebagai salah satu bentuk usaha yang memanfaatkan teknologi digital, memiliki karakteristik khusus. Aktivitas transaksi dalam bisnis online dilakukan melalui internet dan mencakup berbagai aspek seperti distribusi, pemasaran, penjualan, serta layanan pelanggan (Chaffey & Chadwick, 2016; Laudon & Traver, 2020). Dengan memanfaatkan platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada, bisnis online memungkinkan transaksi tanpa perlu pertemuan langsung antara penjual dan pembeli. Hal ini memberikan peluang besar bagi mahasiswa untuk memulai usaha dengan modal yang lebih rendah dibandingkan bisnis konvensional, sekaligus menjangkau pasar yang lebih luas.

Pengetahuan kewirausahaan menjadi salah satu faktor penting yang tidak bisa diabaikan dalam membangun startup bisnis online. Pengetahuan ini mencakup pemahaman dasar tentang bidang usaha, kemampuan manajerial, strategi pemasaran yang efektif, pembukuan sederhana, dan komunikasi bisnis. Dengan landasan ini, mahasiswa yang merintis bisnis online dapat mengelola usaha mereka dengan lebih terstruktur, sehingga lebih siap menghadapi tantangan bisnis yang ada (Hannes Widjaja et al., 2022). Pengetahuan kewirausahaan ini juga memungkinkan mahasiswa untuk memanfaatkan inovasi dan kreativitas secara optimal, serta membangun modal sosial yang mendukung kolaborasi dan akses terhadap berbagai peluang.

Meskipun sudah banyak penelitian yang membahas tentang faktor-faktor kesuksesan startup, terdapat celah penelitian yang signifikan dalam konteks startup bisnis online yang dikelola oleh mahasiswa (Batoebara, 2021). Sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada startup di sektor teknologi atau perusahaan besar, tanpa memperhatikan dinamika khusus yang dihadapi oleh mahasiswa dalam mengelola bisnis mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan memfokuskan pada populasi mahasiswa yang memiliki atau sedang merintis startup bisnis online. Penelitian ini juga mengeksplorasi bagaimana inovasi, kreativitas, dan modal sosial dapat memengaruhi kesuksesan mereka.

Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei untuk mengumpulkan data. Kuesioner disebarikan kepada mahasiswa Universitas Tarumanagara yang memiliki atau sedang merintis startup bisnis online. Responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling, di mana kriteria seleksi adalah mahasiswa yang aktif menjalankan startup bisnis online minimal selama tiga bulan. Data yang dikumpulkan akan dianalisis untuk mengidentifikasi hubungan antara inovasi, kreativitas, dan modal sosial terhadap keberhasilan startup.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis maupun praktis bagi pengembangan bisnis startup di kalangan mahasiswa. Secara teoritis, penelitian ini bertujuan untuk memperkaya wawasan tentang dinamika kesuksesan startup bisnis online, terutama dalam konteks mahasiswa. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang

berminat untuk memulai bisnis online, serta menjadi panduan bagi institusi pendidikan dalam merancang kebijakan dan program kewirausahaan di lingkungan kampus. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan baru tentang faktor-faktor yang memengaruhi kesuksesan startup, tetapi juga memberikan arahan praktis yang dapat diimplementasikan untuk mendukung pertumbuhan startup mahasiswa di era digital.

Rumusan Masalah

- a. Apakah inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan startup bisnis online yang dijalankan oleh mahasiswa?
- b. Apakah kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan startup bisnis online yang dijalankan oleh mahasiswa?
- c. Apakah modal sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan startup bisnis online yang dijalankan oleh mahasiswa.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena secara sistematis berdasarkan data yang dikumpulkan. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebar secara daring menggunakan media sosial kepada mahasiswa Universitas Tarumanagara yang aktif menjalankan startup bisnis online selama minimal tiga bulan. Responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yakni metode pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan kriteria tertentu untuk memastikan relevansi data dengan tujuan penelitian (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan meliputi inovasi, kreativitas, dan modal sosial, sedangkan variabel dependennya adalah kesuksesan startup bisnis online. Pengukuran dilakukan menggunakan skala Likert dengan skor 1 hingga 5, yang memudahkan responden memberikan jawaban sesuai dengan tingkat kesetujuan mereka terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner (Abubakar, n.d.).

Validitas data diuji menggunakan pendekatan Average Variance Extracted (AVE) untuk memastikan bahwa indikator variabel mampu menjelaskan konstruk yang diukur secara memadai. Validitas diskriminan juga diuji untuk mengevaluasi sejauh mana indikator variabel independen berbeda dari indikator variabel lainnya (Hair et al., 2019). Reliabilitas data diuji dengan menggunakan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability, yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi, dengan nilai-nilai yang memenuhi kriteria standar reliabilitas. Selanjutnya, analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares-Structural Equation Modelling (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS 4, yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel independen dan dependen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Analisis lebih lanjut mencakup pengujian R-square untuk menentukan seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Dalam penelitian ini, nilai R-square sebesar 0,597 menunjukkan bahwa 59,7% variabilitas dalam kesuksesan startup bisnis online dapat dijelaskan oleh inovasi, kreativitas, dan modal sosial, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini (Hair et al., 2019). Selain itu, Effect Size (F^2) digunakan untuk mengukur kekuatan pengaruh setiap variabel independen, yang menunjukkan bahwa inovasi memiliki pengaruh sedang (0,284), kreativitas memiliki pengaruh sedang (0,174), dan modal sosial memiliki pengaruh kecil (0,196). Tingkat kecocokan model secara keseluruhan dievaluasi melalui Goodness of Fit (GoF), yang dalam penelitian ini mencapai nilai 0,727, menunjukkan tingkat kecocokan yang tinggi.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa inovasi, kreativitas, dan modal sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan startup bisnis online. Hal ini dibuktikan melalui analisis path coefficient, t-statistic, dan p-value, yang menunjukkan bahwa semua variabel independen

secara signifikan memengaruhi variabel dependen dengan arah pengaruh positif. Penelitian ini didasarkan pada kerangka teoritis dan metodologis yang dikembangkan oleh Sekaran & Bougie (2016), serta panduan analisis data dari Hair et al. (2019), yang memberikan landasan yang kuat untuk validitas dan reliabilitas pendekatan penelitian. Penelitian ini memberikan wawasan penting tentang faktor-faktor utama yang memengaruhi kesuksesan startup bisnis online di kalangan mahasiswa, khususnya di Universitas Tarumanagara.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan *Structural Equation Modelling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan SmartPLS 4. Analisis dimulai dengan pengujian outer model untuk uji validitas dan reliabilitas, dilanjutkan dengan pengujian inner model yang mencakup *Koefisien Determinasi* (R^2), *Predictive Relevance* (Q^2), *Effect Size* (F^2), *Goodness of Fit* (GoF), dan Hipotesis.

Validitas diuji menggunakan loading factor dan *Average Variance Extracted* (AVE), dengan kriteria *outer loadings* $> 0,50$ dan $AVE > 0,5$ (Hair et al., 2019). Reliabilitas diuji menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*, dengan nilai masing-masing $> 0,6$ dan $> 0,7$, menunjukkan instrumen valid dan reliabel.

Pengujian *inner model* menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,597, artinya 59,7% kesuksesan startup dijelaskan oleh inovasi, kreativitas, dan modal sosial. *Effect Size* (F^2) menunjukkan inovasi dan kreativitas memiliki pengaruh sedang, sedangkan modal sosial memiliki pengaruh kecil. Nilai *Goodness of Fit* (GoF) sebesar 0,727 menunjukkan kecocokan model yang tinggi. Pengujian hipotesis melalui *bootstrapping* menunjukkan bahwa inovasi, kreativitas, dan modal sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan *startup* bisnis online.

Tabel 1. Hasil analisis outer loadings
Sumber tabel: Hasil pengolahan data SmartPLS 4.0

Kode	Inovasi	Kreativitas	Modal Sosial	Kesuksesan Bisnis Online
IN1	0.950			
IN2	0.960			
IN3	0.945			
IN4	0.928			
IN5	0.932			
KR1		0.931		
KR2		0.947		
KR3		0.935		
KR4		0.941		
KR5		0.959		
MS1			0.945	
MS2			0.938	
MS3			0.953	
MS4			0.948	
MS5			0.946	
KSB1				0.941
KSB2				0.933
KSB3				0.944
KSB4				0.917
KSB5				0.927

Tabel 1 menunjukkan hasil analisis *loading factor* menunjukkan bahwa setiap indikator variabel memiliki nilai di atas 0,5. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap indikator telah memenuhi kriteria atau standar nilai loading factor dan dapat dinyatakan valid.

Tabel 1. Hasil analisis *Average Variance Extracted* (AVE)
Sumber tabel: Hasil Pengolahan data SmartPLS 4.0

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Inovasi	0,890
Kreativitas	0,888
Modal Sosial	0,895
Kesuksesan Bisnis Online	0,869

Tabel 1 menampilkan hasil analisis *Average Variance Extracted* (AVE), di mana setiap variabel memiliki nilai sebesar 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel telah memenuhi kriteria yang ditetapkan dan dapat dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil analisis *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*
Sumber tabel: Hasil pengolahan data SmartPLS 4.0

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite Reability</i>
Inovasi	0.969	0.976
Kreativitas	0.969	0.975
Modal Sosial	0.971	0.977
Kesuksesan Startup bisnis online	0.962	0.971

Berdasarkan tabel 3, seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel, karena nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 ($>0,6$) dan nilai *composite reliability* melebihi 0,7 ($>0,7$).

Tabel 4. Hasil analisis R-square
Sumber tabel: Hasil pengolahan data SmartPLS 4.0

Variabel	R-Square	Keterangan
Kesuksesan Startup Bisnis Online pada Mahasiswa Universitas Tarumanagara	0.597	Sedang

Berdasarkan Tabel 4, menunjukkan bahwa nilai R-square untuk *variabel environmental attitude* adalah 0,597. Hal ini mengindikasikan bahwa 59,7% variabel Kesuksesan *Startup* Bisnis Online dipengaruhi oleh Inovasi, Kreativitas, dan Modal Sosial, sementara 40,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Tabel 5. Hasil analisis f-square
Sumber tabel: Hasil pengolahan data SmartPLS 4.0

Variabel	F-Square (F^2)	Keterangan
Inovasi → Kesuksesan Startup Bisnis Online	0.284	Sedang
Kreativitas → Kesuksesan Startup Bisnis Online	0.174	Sedang
Modal Sosial → Kesuksesan Startup Bisnis Online	0.196	Kecil

Berdasarkan hasil uji effect size (F^2) yang disajikan pada tabel 5, dapat disimpulkan bahwa variabel Inovasi memberikan efek perubahan sedang terhadap variabel Kesuksesan *Startup* Bisnis, dengan nilai effect size sebesar 0,28. Selanjutnya, variabel Kreativitas juga menunjukkan efek perubahan sedang terhadap variabel Kesuksesan *Startup* Bisnis, dengan nilai effect size sebesar 0,17. Sementara itu, variabel Modal Sosial memiliki efek perubahan kecil terhadap variabel Kesuksesan *Startup* Bisnis, dengan nilai effect size sebesar 0,13.

Pengujian *goodness of fit* (GoF) bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana struktur teoretis model mampu mencerminkan kenyataan yang terlihat dari data. Penghitungan GoF dilakukan secara manual menggunakan rumus yang sesuai, dengan mempertimbangkan nilai *Average Variance*

Extracted (AVE) dan R-square. Penjelasan rinci mengenai perhitungan *goodness of fit* (GoF) akan disampaikan pada bagian berikut.

Diketahui:

$$\text{Rata-rata AVE} = (0,890 + 0,888 + 0,895 + 0,869) : 4 = 0,8855$$

$$R^2 = 0,597$$

Maka,

$$\begin{aligned}\text{GoF} &= \sqrt{\text{AVEx } R^2} \\ \text{GoF} &= \sqrt{0,8855 \times 0,597} \\ \text{GoF} &= 0,7270\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan manual, dapat disimpulkan bahwa *Goodness of Fit* (GoF) dalam penelitian ini termasuk dalam kategori tinggi, dengan nilai yang diperoleh sebesar 0,7270.

Tabel 6. Hasil pengujian *bootstrapping*
Sumber tabel: Hasil pengolahan data SmartPLS 4.0

Hipotesis	Variabel	Path Coefficient	Keterangan
H1	Inovasi → Kesuksesan Startup Bisnis Online	0,392	Positif
H2	Kreativitas → Kesuksesan Startup Bisnis Online	0,301	Positif
H3	Modal Sosial → Kesuksesan Startup Bisnis Online	0,299	Positif

Berdasarkan hasil pengujian bootstrapping pada Tabel 4.11, dapat disusun persamaan untuk variabel Kesuksesan Startup Bisnis Online sebagai berikut: $KSB = 0,392IN + 0,301KR + 0,299MS$. Persamaan ini menunjukkan bahwa variabel Inovasi merupakan prediktor terbesar dengan arah pengaruh positif terhadap variabel Kesuksesan Startup Bisnis Online, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai path coefficient sebesar 0,392. Selanjutnya, variabel Kreativitas berperan sebagai prediktor terbesar kedua dengan arah pengaruh yang positif dan memiliki path coefficient sebesar 0,301. Terakhir, Modal Sosial juga berperan sebagai prediktor yang signifikan dan positif dengan path coefficient sebesar 0,299. Nilai koefisien jalur path coefficient yang berada dalam rentang 0 hingga 1 menunjukkan adanya pengaruh positif dari ketiga variabel ini terhadap Kesuksesan Startup Bisnis Online.

Tabel 7. Hasil pengujian hipotesis penelitian
Sumber tabel: Hasil pengolahan data SmartPLS 4.0

Hipotesis	Variabel	Path Coefficient	T-Statistik	P-Values
H1	Inovasi → Kesuksesan Startup Bisnis Online	0,392	2.887	0.004
H2	Kreativitas → Kesuksesan Startup Bisnis Online	0,301	3.103	0.002
H3	Modal Sosial → Kesuksesan Startup Bisnis Online	0,299	2.200	0.028

H1 : Inovasi berpengaruh positif terhadap Kesuksesan Startup Bisnis Online pada mahasiswa Universitas Tarumanegara.

Pada Tabel 7, diperoleh bahwa nilai *path coefficient* dari variabel Inovasi terhadap Kesuksesan *Startup Bisnis Online* sebesar 0,392, nilai *t-statistik* sebesar 2,887, dan nilai *p-value* sebesar 0,004. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan karena nilai *t-statistik* > 1,96 dan nilai *p-value* ≤ 0,05. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa variabel Inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kesuksesan *Startup Bisnis Online*. Oleh karena itu, hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa H1 tidak di tolak.

H2 : Kreativitas berpengaruh positif terhadap Kesuksesan Startup Bisnis Online pada mahasiswa Universitas Tarumanegara.

Pada Tabel 7, diperoleh bahwa nilai *path coefficient* dari variabel Kreativitas terhadap Kesuksesan Startup Bisnis Online sebesar 0,301, nilai *t-statistik* sebesar 3,103, dan nilai *p-value* sebesar 0,002. Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel Kreativitas memiliki pengaruh positif dan signifikan karena nilai *t-statistik* > 1,96 dan nilai *p-value* ≤ 0,05. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel Kreativitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kesuksesan *Startup Bisnis Online*. Oleh karena itu, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa H2 tidak di tolak.

3. Uji Hipotesis Ketiga

H3 : Modal Sosial berpengaruh positif terhadap Kesuksesan Startup Bisnis Online pada mahasiswa Universitas Tarumanegara.

Pada Tabel 7, diperoleh bahwa nilai *path coefficient* dari variabel Modal Sosial terhadap Kesuksesan *Startup Bisnis Online* sebesar 0,299, nilai *t-statistik* sebesar 2,200, dan nilai *p-value* sebesar 0,028. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Modal Sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan karena nilai *t-statistik* > 1,96 dan nilai *p-value* ≤ 0,05. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa variabel Modal Sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kesuksesan *Startup Bisnis Online*. Oleh karena itu, hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa H3 tidak di tolak.

Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 99 mahasiswa Universitas Tarumanegara dari berbagai jurusan yang bergerak di berbagai bidang bisnis, dengan mayoritas berasal dari jurusan Bisnis Manajemen (44,4%). Bidang usaha yang digeluti responden didominasi oleh sektor Jasa (40,4%), diikuti oleh *Fashion*, *Otomotif*, serta *Food and Beverage*. Sebagian besar usaha responden memiliki usia 1-3 tahun (53,5%), disusul oleh usaha berusia 3 bulan hingga 1 tahun (43,4%), dan hanya sebagian kecil yang beroperasi lebih dari 3-6 tahun.

Hasil analisis *Outer Model* menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini terbukti valid dan reliabel, mengindikasikan instrumen penelitian mampu mengukur konstruk dengan baik. Analisis *Inner Model* mengungkapkan bahwa 59,7% variabel Kesuksesan Startup Bisnis Online dapat dijelaskan oleh variabel Inovasi, Kreativitas, dan Modal Sosial, sementara 40,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar cakupan penelitian ini. Uji *Effect Size* menunjukkan bahwa Inovasi memiliki pengaruh sedang terhadap Kesuksesan Startup (0,284), diikuti oleh Kreativitas dengan pengaruh sedang (0,174), dan Modal Sosial dengan pengaruh kecil (0,196). Model penelitian dinilai memiliki tingkat kecocokan yang sangat baik berdasarkan *Goodness of Fit* (GoF) sebesar 0,727, menunjukkan model tersebut mampu merefleksikan data secara akurat.

Dalam analisis *Path Coefficient*, variabel Inovasi muncul sebagai prediktor terbesar dengan pengaruh positif signifikan terhadap Kesuksesan *Startup Bisnis Online* (*path coefficient* 0,392), diikuti oleh Kreativitas (0,301) dan Modal Sosial (0,299), yang keduanya juga memberikan pengaruh positif signifikan. Uji hipotesis mendukung bahwa ketiga variabel tersebut, yaitu Inovasi, Kreativitas, dan Modal Sosial, secara signifikan memengaruhi Kesuksesan *Startup Bisnis Online*, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil *t-statistik* dan *p-value* yang mendukung hipotesis penelitian ini.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel Inovasi, Kreativitas, dan Modal Sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap Kesuksesan *Startup Bisnis Online*, dengan kontribusi keseluruhan sebesar 59,7% berdasarkan analisis *R-square*. Variabel Inovasi menjadi faktor yang memberikan pengaruh terbesar, diikuti oleh Kreativitas dan Modal Sosial. Model penelitian menunjukkan tingkat kecocokan yang tinggi dengan nilai *Goodness of Fit* (GoF) sebesar 0,727, yang mengindikasikan bahwa model ini mampu merepresentasikan data secara baik. *Analisis Effect Size*

menunjukkan pengaruh sedang untuk Inovasi dan Kreativitas, serta pengaruh kecil untuk Modal Sosial. *Path Coefficient* mengonfirmasi bahwa ketiga variabel tersebut memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kesuksesan bisnis startup mahasiswa, dengan Inovasi sebagai prediktor utama.

Berdasarkan hasil ini, terdapat beberapa saran untuk meningkatkan kontribusi indikator variabel dalam penelitian. Pertama, nilai loading faktor IN4 yang rendah (0,928) menunjukkan perlunya peningkatan adopsi metode operasi kreatif oleh mahasiswa. Universitas disarankan untuk menyediakan pelatihan, studi kasus inovatif, dan workshop berbasis tantangan yang memotivasi pengembangan ide kreatif. Kedua, nilai loading faktor KR3 (0,935) mengindikasikan potensi peningkatan kolaborasi dan komunikasi tim. Disarankan untuk mengintegrasikan lebih banyak aktivitas kelompok berbasis platform *e-learning* serta mengoptimalkan fitur komunikasi interaktif seperti forum diskusi dan *breakout rooms*. Ketiga, nilai loading faktor MS2 (0,938) menunjukkan perlunya memastikan akses teknologi terbaru. Universitas dapat memperbarui infrastruktur teknologi, memperkuat koneksi internet, dan menyediakan perangkat keras bagi mahasiswa yang membutuhkan untuk mendukung pembelajaran berbasis digital..

REFERENSI

- Abubakar, Dr. Drs. H. R. (n.d.). Pengantar Metodologi Penelitian.
- Batoebara, M. U. (2021). Inovasi dan Kolaborasi Dalam Era Komunikasi Digital.
- Blank, S., & Dorf, B. (2020). *The Step-by-Step Guide for Building a Great Company The Startup Owner's Manual*.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2016). *Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice*. www.pearson.com/uk
- CNBC Indonesia. (2022, October 3). *Jokowi ungkap banyak startup RI gagal total, ini penyebabnya*. Retrieved November 24, 2024, from <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20221003085102-37-376659/jokowi-ungkap-banyak-startup-ri-gagal-total-ini-penyebabnya>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* Eight Edition. www.cengage.com/highered
- Hannes Widjaja, O., Budiono, H., & Olivia, G. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Karakteristik Kewirausahaan Serta Motivasi Pada Keberhasilan Usaha Kota Pontianak.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-commerce 2020 - 2021 business. technology. society*. Pearson.
- Purwantini, S., Rusdianti, E., & Wardoyo, P. (2021). Kreativitas Kewirausahaan. In *Jurnal Tematik* (Vol. 3, Issue 2).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business : A Skill-Building Approach*. www.wileypluslearningspace.com
- Widjaja, O. H., Budiono, H. dan Olivia, G., 2022. *Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, karakteristik kewirausahaan serta motivasi pada keberhasilan usaha kota Pontianak*. Prosiding Seri Seminar Nasional, 2(1), hlm. 199–208. doi: 10.24912/pserina.v2i1.18531.