EDUCTUM: Journal Research
Vol. 4, No. 6, November 2025, pp. 283~289

The Influence of Creativity, Entrepreneurial Literacy, and Innovation On The Entrepreneurial Interest Of Generation Z In Sukoharjo Regency

Sekar Andini[1], Ari Susanti[2]
[1,2]Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Indonesia
Email: skrandini1404@gmail.com; santisties@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji pengaruh dari literasi kewirausahaan, kreativitas, serta inovasi pada minat berwirausaha di kalangan Generasi Z di Kabupaten Sukoharjo. Jenis penelitian yang digunakan ialah kuantitatif yang menerapkan pendekatan *asosiatif*. Keseluruhan individu Generasi Z yang berdomisili di Kabupaten Sukoharjo menjadi populasi studi, dengan penarikan sampel sejumlah 100 partisipan menggunakan metode *purposive sampling*. Penyebaran data dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner, sementara pengujian data memanfaatkan regresi linier berganda melalui perangkat lunak *SPSS* versi 25. Temuan studi mengindikasikan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Sukoharjo, literasi kewirausahaan menunjukkan hubungan positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha, sebaliknya inovasi memberikan kontribusi positif dan signifikan pada minat berwirausaha Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pemahaman kewirausahaan dan kemampuan berpikir kreatif penting, faktor inovasi merupakan aspek yang paling berperan dalam mendorong minat berwirausaha pada Generasi Z. Inovasi menjadi indikator kemampuan generasi muda untuk menciptakan nilai baru dan peluang usaha yang relevan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar.

Kata Kunci: Kreativitas; Literasi Kewirausahaan; Inovasi; Minat Berwirausaha

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of entrepreneurial literacy, creativity, and innovation on entrepreneurial interest among Generation Z in Sukoharjo Regency. The type of research used is quantitative with an associative approach. All Generation Z individuals domiciled in Sukoharjo Regency became the study population, with a sample of 100 participants using a purposive sampling method. Data distribution was carried out through questionnaires, while data testing utilized multiple linear regression through SPSS version 25 software. The study findings indicate that creativity has a positive and insignificant effect on entrepreneurial interest among Generation Z in Sukoharjo Regency, entrepreneurial literacy shows a positive and insignificant relationship to entrepreneurial interest, on the contrary, innovation contributes positively and significantly to entrepreneurial interest among Generation Z. This shows that although entrepreneurial understanding and creative thinking skills are important, innovation is the most influential aspect in encouraging entrepreneurial interest among Generation Z. Innovation is an indicator of the young generation's ability to create new values and business opportunities that are relevant to technological developments and market needs.

Keyword: Creativity; Entrepreneurial Literacy; Innovation; Interest in Entrepreneurship

Corresponding Author:
Sekar Andini,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta,
Jl. Slamet Riyadi No.435-437, Makamhaji, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah, Indonesia
Email: skrandini1404@gmail.com

1. INTRODUCTION

Kemajuan ekonomi sebuah negara sangat dipengaruhi oleh jumlah dan mutu wirausahawan yang memiliki daya kreasi, inovasi, dan kemampuan beradaptasi. Catatan dari BPS yang kita kenal dengan istilah

Badan Pusat Statistik disaat waktu 2024 mengungkap bahwa perbandingan *entrepreneur* di Indonesia baru menyentuh angka 3,47% dari total penduduk, angka yang masih tertinggal jauh dibandingkan negara-negara maju yang umumnya memiliki rasio di atas 10% (Badan Pusat Statistik, 2024). Fakta ini mengindikasikan bahwa jiwa kewirausahaan di Indonesia masih memerlukan penguatan yang serius. Pada saat bersamaan, Generasi Z yang merepresentasikan 27,94% dari total penduduk Indonesia berdasarkan data BPS memiliki kapasitas besar untuk menjadi penggerak perubahan ekonomi di masa mendatang. Akan tetapi, kapasitas tersebut belum termanfaatkan secara optimal karena minimnya ketertarikan generasi muda untuk berwirausaha, khususnya di wilayah kabupaten seperti Sukoharjo. Padahal, bertambahnya jumlah wirausahawan muda dapat menjadi strategi efektif dalam menurunkan angka pengangguran serta mengakselerasi pertumbuhan ekonomi regional.

Dari aspek kependudukan, Kabupaten Sukoharjo memiliki populasi sekitar 916 ribu jiwa, dengan lebih dari 64% berada pada kategori usia produktif (15 – 59 tahun), termasuk sekitar 139 ribu individu dari Generasi Z (usia 15 – 24 tahun). Angka tersebut menggambarkan besarnya potensi sumber daya manusia muda yang dapat diberdayakan menjadi wirausahawan baru. Namun demikian, realita di lapangan memperlihatkan bahwa mayoritas generasi muda di Sukoharjo cenderung memilih menjadi pekerja dibandingkan membangun usaha mandiri. Rendahnya tingkat pendidikan tinggi hanya 9,26% penduduk yang melanjutkan ke perguruan tinggi turut berkontribusi pada minimnya pemahaman kewirausahaan dan kemampuan berinovasi. Laporan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sukoharjo tahun 2024 menyebutkan terdapat sekitar 208.725 unit UMKM yang beroperasi, namun belum terdapat data yang memadai mengenai partisipasi wirausahawan dari kelompok usia *Gen Z*. Kondisi ini mencerminkan adanya disparitas antara potensi demografis dengan implementasi aktivitas kewirausahaan generasi muda di wilayah tersebut.

Ketertarikan generasi muda, terutama Generasi Z, untuk terjun ke dunia kewirausahaan merupakan elemen penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menurunkan angka pengangguran di Indonesia. Terdapat beragam faktor yang berkontribusi terhadap tumbuhnya ketertarikan tersebut, di antaranya adalah kreativitas, literasi kewirausahaan, dan inovasi. Kreativitas berperan sebagai fondasi dalam melahirkan gagasan-gagasan baru dan solusi yang unik untuk menghadapi persaingan bisnis yang kian ketat (Soelaiman, 2025). Sementara itu, literasi kewirausahaan menyediakan landasan pengetahuan dan pemahaman yang cukup mengenai konsep, prinsip, serta kompetensi dasar dalam dunia usaha, yang memiliki peran signifikan dalam meningkatkan kesiapan generasi muda untuk menjadi pengusaha (Mahmud et al., 2025). Lebih lanjut, inovasi menjadi komponen krusial dalam mentransformasi gagasan kreatif menjadi produk atau jasa yang memiliki nilai tambah dan mampu berkompetisi di pasar global (Hamdan, 2019).

Bertolak dari kondisi itu, studi ini mendesak untuk dilangsungkan demi menginvestigasi dampak kreativitas, literasi kewirausahaan, dan inovasi mengenai minat berwirausaha Generasi Z di Wilayah Sukoharjo. Secara teoretis, ekspektasinya riset ini akan mampu berkontribusi dalam pengembangan bidang ilmu kewirausahaan, khususnya yang berhubungan dengan elemen-elemen psikologis serta wawasan yang berdampak pada minat berwirausaha generasi muda di tingkat daerah. Dari perspektif praktis, temuan penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi pemerintah daerah, institusi pendidikan, dan Dinas Koperasi atau UMKM Sukoharjo dalam menyusun program pelatihan, pendampingan, serta kebijakan yang lebih tepat sasaran untuk menumbuhkan etos wirausaha muda di era digital. Maka sebab itu, studi ini tak semata-mata menyumbang bagi progresivitas akademis, namun turut menghadirkan implikasi konkret pada peningkatan ekonomi lokal dan pengurangan pengangguran di kalangan generasi muda.

2. LITERATURE REVIEW

A. Kreativitas

Dalam kewirausahaan, kreativitas menjelma sebagai komponen krusial yang wajib dipunyai seorang *entrepreneur* supaya sanggup menciptakan keluaran yang mempunyai daya saing unik serta keunggulan dibandingkan dengan produk pesaing di pasar. Menurut Karyaningsih & Wibowo (2017), kreativitas bisa dimaknai selaku kapabilitas seseorang dalam menciptakan suatu hal yang bersifat baru dan orisinal, baik berupa ide, penemuan, maupun karya, yang sering kali muncul dari permasalahan yang dihadapi. Kemampuan ini lahir melalui pemanfaatan pengetahuan, informasi, serta pengalaman yang dimiliki seseorang dalam menciptakan hasil yang inovatif dan bermanfaat. Indikator kreativitas menurut Laia (2025) adalah menciptakan, memodifikasi sesuatu, dan mengombinasikan dua hal atau lebih yang sebelumnya tidak saling berhubungan.

B. Literasi Kewirausahaan

Menurut Sucipto et al. (2022), literasi kewirausahaan merupakan pengetahuan yang dimiliki individu sebagai hasil dari proses pendidikan kewirausahaan, yang berperan penting dalam mendorong seseorang untuk menciptakan serta terlibat dalam kegiatan usaha. Literasi ini mencakup kemampuan dalam memahami konsep kewirausahaan serta mengembangkan peluang bisnis yang potensial, kreatif, dan inovatif, yang tidak sekadar mendatangkan faedah untuk pribadi, melainkan juga bagi komunitas serta pelanggan (Murniati et al., 2019).

Indikator literasi kewirausahaan menurut Maryasih (2022) di antaranya, wawasan fundamental kewirausahaan, pemahaman terkait gagasan dan peluang bisnis, serta pengertian tentang beragam sisi operasional usaha.

C. Inovasi

Inovasi merupakan kesanggupan mengaplikasikan kreativitas untuk mengatasi persoalan sekaligus mengkapitalisasi kesempatan demi mengoptimalkan kualitas hidup. Menurut Rambev et al. (2024), inovasi merupakan alur mentransformasi gagasan kreatif menjadi sebuah keluaran (*produk*) ataupun layanan bernilai guna dan bernilai jual. Dengan demikian, inovasi dapat dipahami sebagai aktivitas imajinatif guna menciptakan suatu hal yang baru, otentik, serta berdaya guna. Indikator inovasi menurut Wardani & Dewi (2021) ialah kegemaran pada perkara yang berciri kreatif, dorongan untuk menciptakan sesuatu yang unik, dan antusiasme dalam bereksperimen.

D. Minat Berwirausaha

Menurut Hendrawan & Sirine (2017), minat berwirausaha adalah tendensi internal individu untuk berusaha serta mengambil langkah independen demi mencukupi keperluan hayati serta menyelesaikan berbagai permasalahan yang dihadapi. Individu yang memiliki minat tersebut biasanya terdorong untuk memajukan atau menciptakan usaha baru dengan rasa optimis dan kepuasan tersendiri karena memberikan manfaat bagi dirinya. Selain itu, minat wirausaha juga tercermin dari keberanian menghadapi risiko, kesediaan untuk belajar dari setiap kegagalan, serta semangat demi senantiasa memajukan bisnis yang sudah dirintis. Penanda minat berwirausaha merujuk pada Karibera et al. (2023) meliputi atensi pada aktivitas *entrepreneurship*, kerelaan untuk berkecimpung di dalam kegiatan wirausaha, kegagahan menantang risiko serta hambatan pada berwirausaha, kemauan memanfaatkan potensi dan peluang untuk berwirausaha, serta hasrat merealisasikan aspirasi di ranah kewirausahaan.

3. RESEARCH METHOD

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Tipe riset ini ialah studi kuantitatif dimana perolehan datanya didapat lewat pengisian angket yang dirancang memakai skala *Likert*, guna menilai faktor kreativitas, literasi kewirausahaan, inovasi, dan minat berwirausaha pada Generasi Z di Sukoharjo. Objek kajian ini mencakup empat variabel utama, yakni kreativitas, literasi kewirausahaan, inovasi, serta minat berwirausaha. Riset ini dikonsentrasikan pada Generasi Z di Kabupaten Sukoharjo dengan rentang usia 17–28 tahun (*Gen Z*). Total sampel studi ini mencakup 100 partisipan yang dihitung menggunakan rumus *Slovin*.

B. Sumber Data

Sumber data yang dimanfaatkan merupakan data primer yang didapat secara langsung dari partisipan Generasi Z di Sukoharjo melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa dan pemuda yang memiliki minat atau pengalaman dalam bidang kewirausahaan. Penelitian ini juga menggunakan data sekunder, yakni berbagai sumber literatur, antara lain jurnal ilmiah, artikel penelitian terdahulu, buku teks, laporan instansi pemerintah, dan data statistik yang relevan dan mendukung pembahasan teori maupun hasil penelitian.

C. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam studi ini dilaksanakan dengan mendistribusikan kuesioner (angket) kepada mahasiswa dan pemuda Generasi Z di Kabupaten Sukoharjo. Kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel kreativitas, literasi kewirausahaan, inovasi, dan minat berwirausaha menggunakan skala *Likert*.

D. Teknik Analisis Data

Pengujian data dalam riset ini memanfaatkan analisis statistik inferensial yang dibantu oleh perangkat lunak *SPSS* yang diartikan sebagai *Statistical Package for the Social Sciences*, demi menginvestigasi dampak antar faktor independen (kreativitas, literasi kewirausahaan, dan inovasi) terhadap variabel terikat (minat berwirausaha).

4. RESULTS AND DISCUSSION

A. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis (*uji t*) dilangsungkan untuk mengevaluasi dampak dari tiap faktor bebas (*independen*) terhadap faktor terikat (*dependen*). Dalam studi ini, *uji t* menerapkan level signifikansi 0,05. Berikut adalah paparan temuan *uji t*:

Tabel 1. Hasil Uji Parsial

Variabel	t-hitung	t-tabel	Sig.	Keterangan
Kreativitas	1,483	1,984	0,141	Tidak Signifikan
Literasi Kewirausahaan	0,328	1,984	0,744	Tidak Signifikan
Inovasi	2,809	1,984	0,006	Signifikan

Pada tabel 1 temuan pengujian parsial (*uji t*), teridentifikasi faktor kreativitas mempunyai angka *t-hitung* lebih minimum dari *t-tabel* (1,483 < 1,984) disertai taraf signifikansi 0,141 > 0,05. Sehingga, hipotesis

yang mengasumsikan kreativitas berdampak positif pada minat berwirausaha tidak diterima (ditolak). Kreativitas menunjukkan korelasi positif namun tidak signifikan secara statistik terhadap minat berwirausaha.

Pada faktor literasi kewirausahaan, didapati besaran *t-hitung* < *t-tabel* (0,328 < 1,984) dengan level signifikansi 0,744 > 0,05. Maka sebab itu, hipotesis yang menyebutkan literasi kewirausahaan berpengaruh positif kepada minat berwirausaha ditolak. Literasi kewirausahaan mengandung arah hubungan yang positif namun tidak signifikan terhadap minat berwirausaha.

Untuk faktor inovasi, diperoleh angka dari *t-hitung* > *t-tabel* (2,809 > 1,984) serta taraf signifikansi 0,006 < 0,05. Dengan demikian, hipotesis yang menyebutkan bahwasanya inovasi mempunyai pengaruh positif pada minat berwirausaha dapat diterima.

B. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dimanfaatkan agar mengidentifikasi apakah keseluruhan faktor *independen* secara kolektif memberikan dampak signifikan terhadap faktor *dependen*. Apabila *F-hitung* > *F-tabel* serta *Sig.* < 0,05, maka disimpulkan terdapat pengaruh simultan. Berikut ini temuan dari *uji F*:

Tabel 2. Hasil Uji Simultan

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15,264	3	5,088	16,158	,000[b]
	Residual	30,229	96	,315		
	Total	45,494	99			

Berdasarkan tabel 2 tersebut, diketahui nilai signifikansi F ialah 0,000 < 0,05, yang mengarah pada kesimpulan bahwa faktor-faktor *independen* (yakni kreativitas, literasi kewirausahaan, dan inovasi) secara simultan berpengaruh pada minat berwirausaha.

C. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian ini di studi ini mempunyai sasaran untuk mengukur besaran kontribusi dari kreativitas, literasi kewirausahaan, serta inovasi terhadap minat berwirausaha. Temuan uji koefisien determinasi riset ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,579[a]	,336	,315	,56115

Merujuk pada tabel 3, teridentifikasi besaran dari *Adjusted R-Square* sejumlah 0,315, yang mengindikasikan bahwasanya faktor bebas (*independen*) yang terdiri dari kreativitas, literasi kewirausahaan, serta inovasi sanggup menerangkan minat berwirausaha sejumlah 31,5%. Sementara itu, sisanya (68,5%) dipaparkan oleh faktor-faktor lain di luar cakupan studi ini.

D. Pembahasan

1) Pengaruh Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha

Bertolak dari temuan *uji t*, terungkap bahwa kreativitas menunjukkan korelasi positif namun tidak signifikan secara statistik terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Sukoharjo. Hal ini berarti bahwa meskipun peningkatan kreativitas cenderung diikuti oleh peningkatan minat berwirausaha, namun pengaruh tersebut tidak cukup kuat secara statistik untuk dinyatakan signifikan.

Menurut Suryana (2013), kreativitas merupakan salah satu faktor penting dalam kewirausahaan karena berhubungan dengan inovasi dalam menciptakan produk, proses, atau layanan baru. Namun, kreativitas yang tidak diiringi dengan motivasi berprestasi, pengetahuan bisnis, serta dukungan lingkungan yang memadai tidak akan cukup untuk menumbuhkan minat berwirausaha. Pada studi ini, temuan yang tidak signifikan tersebut berkemungkinan diakibatkan oleh minimnya dorongan eksternal dan pengalaman praktis berwirausaha di kalangan Generasi Z Sukoharjo, sehingga potensi kreativitas mereka belum tersalurkan ke dalam niat membuka usaha. Hasil ini mengindikasikan bahwa tingkat kreativitas yang dimiliki oleh Generasi Z belum sepenuhnya mampu mendorong munculnya minat berwirausaha secara nyata. Generasi Z mungkin memiliki kemampuan berpikir kreatif, inovatif, dan ide-ide baru yang unik, namun kemampuan tersebut belum selalu diwujudkan dalam bentuk keinginan untuk membangun usaha sendiri.

Melalui sudut pandang *Theory of Planned Behavior* (*teori perilaku terencana*), intensi individu untuk mengeksekusi sebuah aksi (misalnya berwirausaha) dideterminasi oleh tiga elemen pokok: sikap pada perilaku, norma subjektif, serta persepsi kendali perilaku. Dalam konteks ini, kreativitas tergolong ke dalam aspek sikap terhadap perilaku, namun tanpa dukungan norma sosial (lingkungan yang mendukung wirausaha) dan persepsi kontrol (rasa mampu memulai usaha), kreativitas tidak akan cukup kuat untuk membentuk niat berwirausaha. Hasil ini juga dapat dikaitkan dengan karakteristik Generasi Z, yaitu generasi yang tumbuh dalam era digital dan memiliki kecenderungan untuk mencari kestabilan, fleksibilitas, serta keamanan dalam bekerja. Francis & Hoefel (2018) menjelaskan bahwa Generasi Z memiliki orientasi karier yang lebih beragam, di mana sebagian

besar memilih jalur karier yang memberikan kenyamanan dan jaminan pendapatan tetap dibandingkan risiko ketidakpastian yang melekat dalam dunia wirausaha. Oleh karena itu, meskipun memiliki ide-ide kreatif, mereka cenderung menyalurkannya melalui media digital atau pekerjaan lepas (*freelance*), bukan melalui pembentukan usaha mandiri.

Temuan studi ini selaras dengan riset yang dilaksanakan oleh Nguyen et al. (2021) yang mengemukakan bahwa kreativitas tidak memberikan dampak pada minat berwirausaha. Maksudnya, seseorang yang mempunyai tingkat kreativitas tinggi belum tentu memiliki minat kuat untuk berwirausaha, karena masih dipengaruhi oleh faktor lain seperti dukungan keluarga, lingkungan sosial, dan kesiapan mental.

2) Pengaruh Literasi Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha

Bertolak dari temuan *uji t*, terungkap bahwa literasi kewirausahaan mempunyai korelasi positif namun tidak signifikan secara statistik terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Sukoharjo. Kondisi ini mengindikasikan bahwa elevasi literasi kewirausahaan berkecenderungan sejalan dengan kenaikan minat berwirausaha, namun dampak tersebut belum memadai secara statistik untuk disebut signifikan.

Temuan studi ini menyatakan bahwa wawasan serta pengertian kewirausahaan yang dipunyai oleh Generasi Z di Kabupaten Sukoharjo belum sepenuhnya mampu mendorong munculnya minat berwirausaha secara nyata. Meskipun individu memiliki pemahaman tentang konsep bisnis, manajemen, dan risiko usaha, faktor tersebut belum tentu berujung pada niat untuk benar-benar memulai usaha. Menurut Hariroh et al. (2023), literasi kewirausahaan adalah pemahaman bisnis dari beragam individu selaku inovator guna memajukan prospek usaha yang berfaedah bagi *entrepreneur*. Literasi kewirausahaan sanggup memformat kerangka berpikir serta tingkah laku individu menjadi seorang pebisnis, yang pada akhirnya menuntun mereka dalam menentukan wirausaha sebagai jalur profesi. Namun, pengetahuan semata tidak cukup untuk menumbuhkan keinginan berwirausaha tanpa didukung oleh faktor psikologis dan lingkungan.

Hasil penelitian ini relevan dengan *Theory of Planned Behavior*, di mana literasi kewirausahaan termasuk dalam komponen sikap terhadap perilaku, yaitu sejauh mana individu memiliki keyakinan positif terhadap tindakan berwirausaha. Namun, tanpa dukungan sosial (norma subjektif) dan kepercayaan diri dalam mengendalikan perilaku (*perceived behavioral control*), pengetahuan kewirausahaan tidak akan cukup kuat untuk mendorong seseorang berwirausaha. Kondisi ini dapat dijelaskan melalui karakteristik Generasi Z, yang menurut Francis & Hoefel (2018) lebih menekankan pada keamanan finansial, fleksibilitas, dan karier yang stabil. Meskipun generasi ini memiliki akses tinggi terhadap informasi bisnis dan pendidikan kewirausahaan, mereka sering kali ragu untuk terjun langsung ke dunia usaha karena faktor ketidakpastian ekonomi dan preferensi terhadap pekerjaan yang memberikan kestabilan pendapatan. Oleh karena itu, tingkat literasi kewirausahaan yang baik belum sepenuhnya diterjemahkan menjadi minat berwirausaha.

Rendahnya signifikansi hubungan ini juga dapat dipengaruhi oleh minimnya implementasi praktik kewirausahaan di lingkungan pendidikan dan sosial di Kabupaten Sukoharjo. Program pelatihan kewirausahaan lebih berfokus pada aspek teoritis daripada praktik nyata, sehingga Generasi Z memiliki pengetahuan kognitif tanpa diimbangi keterampilan dan pengalaman langsung. Alakaleek et al. (2023) menyatakan bahwa pelatihan berbasis praktik dan pengalaman langsung berperan besar dalam membentuk nilai-nilai kewirausahaan serta mengeskalasi hasrat untuk menjalankan wirausaha.

Maka sebab itu, temuan studi ini mengafirmasi bahwa literasi kewirausahaan merupakan faktor penting namun belum dominan dalam membentuk minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Sukoharjo. Untuk memperkuat pengaruhnya, diperlukan strategi yang lebih aplikatif seperti penerapan kurikulum berbasis proyek, inkubasi bisnis mahasiswa, pelatihan kewirausahaan digital, dan *mentoring* dari pelaku usaha lokal. Upaya tersebut dapat menjembatani kesenjangan antara pengetahuan kewirausahaan dan motivasi untuk berwirausaha secara nyata.

Temuan studi ini paralel dengan riset yang dilaksanakan oleh Indriyani et al. (2022) yang menyebutkan literasi kewirausahaan berdampak tidak substansial pada minat berwirausaha. Ini bermakna partisipan belum sanggup mengaplikasikan ragam wawasan kewirausahaan, sehingga belum memantik dorongan untuk menjadi wirausahawan.

3) Pengaruh Inovasi Terhadap Minat Berwirausaha

Bertolak dari temuan *uji t*, terungkap bahwa inovasi mempunyai korelasi positif dan signifikan secara statistik terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Sukoharjo. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin terasahnya kapabilitas inovasi yang dipunyai individu, maka semakin besar juga minat untuk menjadi wirausahawan. Signifikansi hubungan ini membuktikan bahwa inovasi adalah satu dari elemen krusial yang memotivasi Generasi Z agar mempunyai keinginan dalam menciptakan dan mengembangkan usaha baru.

Menurut Kotler & Keller (2016), inovasi ialah alur mentransformasi gagasan menjadi keluaran (*produk*) atau jasa yang mempunyai nilai pasar. Dalam kewirausahaan, inovasi menjadi dasar bagi terciptanya diferensiasi usaha yang membuat pelaku bisnis mampu bersaing. Generasi Z, yang teridentifikasi sebagai *digital natives* (pribumi digital), mempunyai kemampuan adaptasi tinggi terhadap teknologi dan tren baru,

sehingga lebih mudah melakukan inovasi dalam menciptakan peluang usaha berbasis teknologi maupun media sosial (Francis & Hoefel, 2018).

Hasil yang signifikan ini juga memperkuat *Theory of Planned Behavior*, di mana inovasi dapat dikategorikan sebagai bentuk *attitude toward the behavior* atau sikap positif terhadap perilaku berwirausaha. Individu dengan kemampuan inovatif memiliki keyakinan bahwa berwirausaha adalah cara untuk menyalurkan ide dan kreativitasnya. Sikap positif tersebut kemudian membentuk niat yang kuat untuk memulai usaha. Inovasi juga berperan sebagai pendorong kepercayaan diri (*self-efficacy*) bagi Generasi Z. Individu yang merasa mampu menghasilkan ide dan solusi baru akan lebih percaya diri untuk menghadapi risiko bisnis. Dalam konteks Kabupaten Sukoharjo, banyak generasi muda yang memanfaatkan inovasi dalam bidang *digital marketing*, desain produk, dan *e-commerce* untuk menciptakan peluang usaha baru, misalnya melalui platform seperti *Shopee*, *TikTok Shop*, dan *Instagram Business*.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa inovasi tidak hanya berkontribusi pada munculnya minat berwirausaha, tetapi juga menjadi faktor yang memperkuat motivasi untuk menciptakan nilai tambah dan keberlanjutan usaha. Generasi Z yang inovatif memiliki kemampuan untuk memadukan ide, teknologi, dan kebutuhan pasar menjadi peluang nyata untuk berwirausaha.

Temuan studi ini senada dengan riset yang dilaksanakan oleh Erdalina et al. (2023) yang mengemukakan bahwa inovasi berdampak positif serta substansial terhadap minat berwirausaha. Seseorang yang mempunyai kapabilitas berpikir kreatif sekaligus inovatif cenderung lebih gampang mengidentifikasi prospek usaha serta berani mengambil langkah untuk mewujudkannya.

5. CONCLUSION

Berdasarkan pengujian dan diskusi mengenai dampak kreativitas, literasi kewirausahaan, dan inovasi terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Sukoharjo, maka ditarik kesimpulan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Sukoharjo. Hal ini mengindikasikan bahwa kreativitas yang dimiliki oleh Generasi Z belum sepenuhnya teraktualisasi dalam bentuk niat untuk memulai usaha, karena masih dipengaruhi oleh faktor lainnya. Literasi kewirausahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Sukoharjo. Hal ini menunjukkan bahwa literasi kewirausahaan yang bersifat teoritis belum diimbangi oleh pengalaman praktik langsung dan dukungan ekosistem kewirausahaan yang memadai di lingkungan sosial maupun pendidikan. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Sukoharjo. Temuan ini menegaskan bahwa kemampuan untuk menciptakan ide-ide baru, mengembangkan produk, serta memanfaatkan teknologi secara kreatif menjadi faktor penting yang mendorong generasi muda untuk berwirausaha.

REFERENCES

Alakaleek, W., Harb, Y., Harb, A. A., & Al-Shishany, A. (2023). The impact of entrepreneurship education: A study of entrepreneurial outcomes. *The International Journal of Management Education*, *21*(2), 100800. https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100800

Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik wirausaha Indonesia*. BPS RI. https://www.bps.go.id

Erdalina, E., Azhari, A., & Musrizal, M. (2023). Pengaruh motivasi, kreativitas dan inovasi terhadap minat berwirausaha siswa (Studi pada SMK Negeri 1 Bandar Dua Kabupaten Pidie Jaya). *SingKite Journal: Management, Business and Entrepreneurship*, *2*(3), 25-35. https://doi.org/10.63855/skt.v2i3.28

Francis, T., & Hoefel, F. (2018). *True Gen: Generation Z and its implications for companies*. McKinsey & Company.

Hamdan, H. (2019). Model pengembangan kreativitas dan inovasi dalam membentuk entrepreneur di era ekonomi digital. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, *7*(1), 59-68. https://doi.org/10.26905/jmdk.v7i1.2548

Hariroh, F. M. R., Hermiati, N. F., & Rustamaji, A. C. P. (2023). Analisis literasi kewirausahaan, karakter wirausaha dan aktualisasi diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa kewirausahaan Universitas Pelita Bangsa. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, *3*(4), 8533-8540.

Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh sikap mandiri, motivasi, pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha (Studi kasus pada mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, *2*(3), 291-314.

Indriyani, S., Rakib, M., Hasan, M., Mustari, M., & Dinar, M. (2022). Penga Pengaruh literasi kewirausahaan, ekspektasi pendapatan dan aktualisasi diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar. *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, *5*(2), 229-246. http://dx.doi.org/10.24014/ekl.v5i2.18577

Karibera, M. P., Fanggidae, R. E., Nursiani, N. P., & Guterres, A. D. (2023). Pengaruh pembelajaran kewirausahaan, sikap kewirausahaan, dan motivasi kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, *16*(1), 185-196. https://doi.org/10.35508/jom.v16i1.9710

Karyaningsih, R. P. D., & Wibowo, A. (2017). Hubungan kreativitas, efikasi diri dan intensi berwirausaha pada mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, *5*(2), 162-175. https://doi.org/10.21009/JPEB.005.2.4

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran* (15th ed.). Erlangga.

Laia, T. (2025). Pengaruh motivasi dan kreativitas kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nias Raya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, *8*(1), 1-12. https://doi.org/10.57094/jim.v8i1.1385

Mahmud, R. W., Mahmud, M., Maruwae, A., Hafid, R., & Gani, I. P. (2025). Pengaruh literasi kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Dewantara: Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora*, *4*(1), 280-292. https://doi.org/10.30640/dewantara.v4i1.4003

Maryasih, N. K. (2022). Analisa minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Hubungan Internasional Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) Jakarta. *Moestopo Journal of International Relations (MJIR)*, *2*(1), 30-42. https://doi.org/10.32509/mjir.v2i1.2028

Murniati, M., Sulistyo, S., & Yudiono, U. (2019). Pengaruh kepribadian, pengetahuan kewirausahaan, kreativitas dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, *4*(2), 1–6. https://doi.org/10.21067/jrpe.v4i2.3908

Nguyen, T. T., Phan, H. T. T., & Pham, V. T. (2021). Impact of creativity on student entrepreneurial intention. *International Journal of Innovation: IJI Journal*, *9*(3), 646-663.

Rambev, A. P., Nabila, S., Aulia, P., & Keling, M. (2024). Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, *2*(1), 44-49. https://doi.org/10.61132/rimba.v2i1.527

Soelaiman, L. (2025). Menumbuhkan jiwa kewirausahaan generasi Z melalui kegiatan kreativitas. *MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, *9*(1), 53-62. https://doi.org/10.25170/mitra.v9i1.4777

Sucipto, F. M., Sumarno, S., & Sari, F. A. (2022). Analisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP Universitas Riau. *Jurnal Paedagogy*, *9*(4), 865-876. https://doi.org/10.33394/jp.v9i4.5820

Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses* (Edisi IV). Salemba Empat.

Wardani, N. T., & Dewi, R. M. (2021). Pengaruh motivasi, kreativitas, inovasi dan modal usaha terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, *9*(1), 77–93. https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i1.5806