

**PENGARUH BIG FIVE PERSONALITY, PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN KREATIVITAS TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA (STUDI PADA MAHASISWA SEKOLAH EKSPOR NASIONAL DI TANGGERANG, BANTEN)**

**Noranisa, Hastin Umi Anisah\***

**Universitas Lambung Mangkurat**

**\*Corresponding author:**

[humianisah@ulm.ac.id](mailto:humianisah@ulm.ac.id)

[noranisaa113@gmail.com](mailto:noranisaa113@gmail.com)

---

**Abstract**

*The aim of this research was to analyze the beffect of Big Five Personality, Entrepreneurship Education and the Influence of Creativity to entrepreneurial interest of students who National Export School in Tangerang, Banten.*

*The respondent in this research was 75 students who National Export School which using purposive sampling as qualification to be a respondent in this research. Data analysis in this research by using Validity and realibility analysis, Regression Analysis, Classical Assumption test, F test, T test to examined the hypotheses. The results shows that big five personality, entrepreneur education significantly affect the entrepreneurial interest and creativity doesn't affect the entrepreneurial interest of students who National Export School in Tangerang, Banten.*

**Keywords : Big Five Personality, Entrepreneurship Education, Creativity, Entrepreneurial Interest**

---

**Abstrak**

Penelitian ini diuji coba dan diteliti pada mahasiswa Sekolah Ekspor Nasional di Tangerang Banten, menganalisis apakah *big five personality* mempengaruhi niat berwirausaha mahasiswa Sekolah Ekspor Nasional, menganalisis apakah Pendidikan kewirausahaan mempengaruhi niat berwirausaha mahasiswa Sekolah Ekspor Nasional, menganalisis apakah kreativitas mempengaruhi niat berwirausaha Sekolah Ekspor Nasional.

Responden pada penelitian ini adalah 75 orang mahasiswa Sekolah Ekspor Nasional yang telah di saring melalui purposive sampling untuk memenuhi persyaratan sebagai responden penelitian ini. Data diolah melalui analisis uji validitas dan reliabilitas, regresi berganda uji asumsi klasik, uji F dan uji t untuk menguji hipotesis. Hasil menunjukkan bahwa *big five personality*, Pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap niat

berwirausaha, dan kreativitas tidak berpengaruh terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa Sekolah Ekspor Nasional di Tangerang, Banten.

**Kata Kunci:** *Big five personality*, Pendidikan kewirausahaan, Kreativitas, Niat Berwirausaha

## PENDAHULUAN

Era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, peran wirausaha atau entrepreneur telah menjadi salah satu poin sentral dalam memacu kemajuan ekonomi suatu negara. Kewirausahaan bukan hanya sekadar sarana untuk menciptakan lapangan kerja, tetapi juga menjadi alat yang sangat efektif dalam menghasilkan inovasi, meningkatkan daya saing, serta mendorong pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Oleh karena itu, upaya untuk merangsang niat berwirausaha, terutama di kalangan generasi muda, menjadi sangat penting.

Meskipun Indonesia dianugerahi kekayaan alam yang melimpah, realitasnya menunjukkan bahwa kita belum mampu mengoptimalkan potensi tersebut dalam hal produksi produk dan penciptaan lapangan kerja yang memadai. Saat ini, Indonesia terjebak dalam middle income trap, sebuah kondisi di mana negara berkembang seperti Indonesia berjuang untuk naik kelas menjadi negara maju. Pada umumnya, negara maju mencapai statusnya berkat tingkat produksi yang tinggi, suatu aspek yang masih menjadi tantangan bagi Indonesia yang masih tergolong sebagai negara berkembang.

Kesulitan lain yang dihadapi adalah ketidakseimbangan antara jumlah tenaga kerja yang tinggi dan ketersediaan lapangan kerja yang kurang memadai. Data dari Biro Statistik Tenaga Kerja menunjukkan bahwa pada Januari 2024, masih terdapat 6,1 juta orang yang menganggur di Indonesia. Untuk mengatasi masalah ini, salah satu solusi yang diusulkan adalah menggalakkan kewirausahaan, yang dapat menciptakan lapangan kerja baru dan memperluas kesempatan ekonomi bagi masyarakat. Pengembangan kewirausahaan juga dapat menghasilkan produk dan layanan baru yang berasal dari semangat berwirausaha, membantu meningkatkan daya saing Indonesia di pasar global.

Pengangguran, terutama di antara lulusan terdidik, menjadi salah satu tantangan besar yang harus dihadapi oleh Indonesia. Dengan mengembangkan sektor kewirausahaan dan menciptakan lebih banyak peluang kerja, diharapkan dapat mengurangi tingkat pengangguran secara signifikan, serta membuka jalan menuju pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan bagi negara ini.

Niat berwirausaha adalah salah satu faktor yang kuat yang dapat ditanamkan kepada para generasi muda untuk dapat tertarik menjadi pebisnis. Sebagai negara berkembang yang memiliki populasi yang besar, Indonesia memiliki peluang besar untuk memanfaatkan kewirausahaan sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi. Kewirausahaan yang didorong oleh tekad dan semangat para pelaku usaha dapat membuka pintu menuju inovasi, lapangan kerja, dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan bagi bangsa Indonesia. Namun, masih banyak faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha di antara masyarakat, khususnya di kalangan mahasiswa.

Suryana (2019) menjelaskan bahwa wirausaha merupakan individu yang didorong oleh kekuatan internal untuk menciptakan tujuannya, senang melakukan eksperimen dan uji coba guna mengekspresikan kreativitas dan inovasinya, dengan tujuan untuk meraih

kemerdekaan dan control atas jalan hidupnya, tanpa harus tergantung pihak lain. Lebih lanjut, Suryana (2019) juga menjelaskan bahwa wirausahawan merupakan individu yang bertujuan untuk menghasilkan kesejahteraan bagi orang lain dengan mengembangkan metode baru dalam pemanfaatan sumber daya, mengurangi pemborosan, serta menciptakan lapangan kerja yang disukai oleh masyarakat.

Penelitian ini, mengambil sampel dari para mahasiswa Sekolah Ekspor Nasional yang merupakan peserta *studi independent Be a Digital Exporter* yaitu sebuah inisiatif *studi independent* bersertifikat yang dibawah oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Dimana setiap peserta dalam satu semester pembelajaran berfokus pembelajaran dari delapan modul pembelajaran yaitu: Pemasaran ekspor, produk ekspor, digital ekspor, penjualan ekspor, dokumen ekspor, kepabeanan ekspor, logistik ekspor, dan *international business push the pedal*. Dimana kedelapan modul ini memberikan pembelajaran kesetiap peserta dengan sangat mendalam dari persiapan produk hingga mahasiswa Sekolah Ekspor Nasional yang merupakan peserta program studi *Be A Digital Exporter* mampu melakukan ekspor produknya ke manca negara. Niat berwirausaha tidak lepas dari pengaruh *Big Five Personality*, Pendidikan Kewirausahaan dan Kreativitas. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini ingin mengangkat penelitian dengan judul “Pengaruh *Big Five Personality*, Pendidikan Kewirausahaan, dan Kreativitas Terhadap Niat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Sekolah Ekspor Nasional Tangerang, Banten).

## **TINJAUAN TEORI**

### **Niat Berwirausaha**

Firmansyah (2019:62) menyatakan bahwa niat atau yang bisa disebut juga sebagai keinginan adalah faktor pendorong yang mendorong terjadinya tindakan tertentu. Dalam konteks berwirausaha, intensi berwirausaha mencerminkan tingkat keinginan individu untuk melakukan tindakan berwirausaha. Ketika seseorang memiliki intensi berwirausaha, hal ini mengarahkan perhatian, pengalaman, dan perilakunya ke arah aktivitas berwirausaha. Intensi berwirausaha telah terbukti sebagai faktor paling signifikan yang mempengaruhi apakah seseorang akan berperilaku berwirausaha atau tidak, dan faktor-faktor yang mempengaruhi apakah seseorang memiliki intensi berwirausaha atau tidak bisa beragam.

Suharsono (2018:21) menjelaskan bahwa wirausaha merupakan individu yang menonjol dalam dunia bisnis. Karakteristik seorang wirausaha mencakup ketangguhan, integritas, keberanian, dan memiliki kapasitas menjadi contoh dalam lingkup bisnis. Wirausaha adalah individu yang memiliki atribut dasar dalam kewirausahaan, seperti keberanian untuk mengambil risiko, dedikasi, kemampuan berinovasi, kreativitas, dan kemampuan memberikan teladan dalam mengelola usaha dengan mempercayai kemauan dan kapabilitas pribadi.

Sukses dalam dunia wirausaha bergantung pada sejumlah faktor, termasuk keterampilan dan motivasi, dan dalam konteks ini, dapat dinyatakan bahwa niat juga memiliki peran signifikan dalam menjadi seorang wirausahawan. (keberhasilan dalam dunia kewirausahaan dibentuk oleh tiga factor utama, meliputi aspek-aspek berikut: 1. keterampilan dan semangat, 2. Ketekunan dan kerja keras, 3. Peluang dan kesempatan) (Suryana, 2013:180).

Tekad yang kuat, dorongan yang tinggi, dan motivasi yang membara adalah inti dari semangat untuk mencapai apa yang diinginkan. Ketika seseorang ingin menjadi seorang wirausahawan, komitmen yang teguh, Hasrat yang membara, dan semangat tinggi adalah komponen utama yang harus ada di awal perjalanan tersebut. Dalam dunia wirausaha, tekad, Hasrat, dan semangat, yang sering disebut “kemauan,” adalah fondasi yang tak dapat digantikan (Suryana, 2013:80).

Indikator niat berwirausaha diadopsi dari Gerry et al. (2008) terdiri dari tiga pernyataan yaitu wirausaha sebagai karir, wirausaha sebagai prioritas dan wirausaha sebagai pekerjaan.

### **Big Five Personality**

Soto & Jackson (2013:1) menjelaskan bahwa *The five-factor model of personality (FFM)* adalah sekumpulan lima dimensi atau ciri yang luas, sering disebut sebagai “*Big Five*”: *Extraversion*, *Agreeableness*, *Conscientiousness*, *Neuroticism* (terkadang disebut sebagai stabilitas emosional), dan *Openness to Experience*. Individu yang sangat *extraverted* adalah orang yang aktif dan suka bersosialisasi, tidak cenderung bersikap diam dan pendiam. Individu yang *agreeable* bersifat kooperatif dan sopan, bukan antagonis dan kasar. Individu yang teliti lebih fokus pada pekerjaan dan teratur dalam tugas-tugasnya, bukan mudah teralih dan tidak terorganisir. Individu *neurotic* cenderung mengalami emosi negative, seperti kecemasan, depresi, dan gangguan, dibandingkan memiliki ketahanan emosional. Yang terakhir, individu yang sangat terbuka mempunyai minat yang luas daripada terbatas, lebih peka terhadap seni dan keindahan daripada tidak peduli, serta lebih suka hal-hal baru daripada rutinitas.

Indikator dalam variabel ini bersumber dari kerangka kerja big five personality yang dikembangkan oleh John & Srivastava pada tahun 1999. Lima dimensi dari kerangka kerja tersebut akan digunakan sebagai indikator dalam penelitian ini, yaitu: (1) *Extraversion*, sebuah karakter yang dapat diidentifikasi sebagai individu yang memiliki keterampilan dalam berinteraksi sosial yang luar biasa serta mampu menyesuaikan diri dengan baik dalam berbagai situasi. Selain itu, karakter ini ditandai dengan sifat-sifat seperti keramahan, keberenergian, kemampuan untuk menyatakan diri dengan tegas, dan kemudahan dalam menjalin hubungan dengan siapa pun. Dan ini diukur lewat kemampuan bersosialisasi dan tingkat energi, (2) *Agreeableness* (Kemurahan Hati), suatu karakter yang mencerminkan kualitas kemampuan berhubungan dengan orang lain seseorang. Tanda-tandanya melibatkan sifat-sifat seperti kejujuran, sikap suka membantu, kemampuan berempati, keterpercayaan, dan tingkah laku yang sopan. Indikator ini diukur dengan *altruisme* dan Kerjasama, (3) *Conscientiousness* (Ketelitian), suatu karakter yang mencerminkan bagaimana seseorang berperilaku dan berkinerja di dalam konteks organisasi. Tanda-tandanya termasuk efisiensi, keteraturan, ketelitian, disiplin, dan pendekatan yang cermat dalam melakukan tugas-tugasnya. Dan diukur dengan *self-efficacy* dan *self-discipline*, (4) *Neuroticism* (Ketidakstabilan Emosional), suatu karakteristik kepribadian yang mencerminkan cara seseorang mengelola dan menyesuaikan diri terhadap emosi mereka. Ketika seseorang memiliki tingkat neurotisme yang tinggi, mereka cenderung lebih rentan terhadap perasaan depresi, kecemasan berlebihan, mudah marah, *fluktuasi mood* yang sering, dan kurangnya rasa percaya diri. Diukur dengan kecemasan dan *sensitivitas*, (5) *Openness to Experience* (Keterbukaan untuk Pengalaman), Ini mengacu pada aspek kepribadian yang

mencerminkan tingkat keingintahuan seseorang dan dorongan untuk mengeksplorasi pengalaman baru. Ciri-cirinya meliputi kecenderungan memiliki ide-ide yang kreatif dan minat dalam mencari pengalaman baru yang belum pernah mereka rasakan sebelumnya.. Diukur dengan keingintahuan dan pertualangan, juga imajinasi kreatif.

### **Pendidikan Kewirausahaan**

Suharsono (2018:46) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan adalah suatu sistem pendidikan yang berfokus pada nilai-nilai. Sebagai suatu sistem nilai, nilai-nilai ini harus diidentifikasi terlebih dahulu, kemudian dijelaskan, diintegrasikan, dan pada akhirnya diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Fokus utamanya adalah pada sistem nilai yang terintegrasi dan proses belajar dari teori hingga praktik. Keberhasilan dalam pendidikan ini diukur berdasarkan perkembangan sikap dan kemampuan tindakan. Tindakan kewirausahaan memiliki dua indikator kunci, yaitu pelaksanaan dan penciptaan. Pelaksanaan mencakup perilaku individu maupun kelompok, sementara penciptaan mengacu pada produk atau layanan yang dihasilkan oleh individu-individu yang memiliki jiwa kewirausahaan.

Lebih lanjut, Suharsono (2018:16) menjelaskan tujuan dari pendidikan kewirausahaan adalah menciptakan pribadi yang memiliki kemampuan yang mencukupi untuk mengambil keputusan yang bijaksana dan menjalankan tindakan-tindakan ekonomi yang diperlukan dalam mengelola kehidupan mereka. Mereka akan menggunakan informasi, peluang bisnis yang ada, dan pemahaman mendalam tentang realitas sosial dan ekonomi dalam masyarakat, yang senantiasa berubah dan berkembang.

Adapun indikator pendidikan kewirausahaan dalam penelitian ini diambil dari penelitian dari Choi Tung (2011) adalah pengetahuan kewirausahaan (*know-what*), pengetahuan tentang alasan berwirausaha (*know-why*), pengetahuan tentang interaksi sosial dalam berwirausaha (*know-who*), pengetahuan tentang konsep mengembangkan usaha (*know-how*), dan pengetahuan dalam menginisiasi usaha (*know-when*).

### **Kreativitas**

Kreativitas merupakan kapasitas individu untuk merancang ide-ide inovatif dan pendekatan yang segar dalam menyelesaikan permasalahan serta mengeksplorasi potensi-potensi baru (Suryana, 2013:14).

Kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan gagasan-gagasan inovatif dan menemukan perspektif-perspektif baru dalam menghadapi tantangan dan peluang Winardi (2004:247).

Menurut Theodore Levitt dalam Winardi (2004:247) kreativitas melibatkan proses berpikir tentang konsep-konsep yang baru (*thinking about new concepts*), dan pada dasarnya, *entrepreneur* mencapai keberhasilan dengan melakukan pemikiran inovatif dan menerapkan pendekatan baru terhadap hal-hal yang telah ada sebelumnya atau menghadapinya dengan cara berbeda. Hanya memiliki ide bagus saja tidaklah mencukupi. Beberapa individu berpendapat bahwa “Kreativitas perlu diarahkan dengan diberikan arahan yang tepat”. Kreativitas yang tidak terkait dengan rencana bisnis yang konkret seringkali kurang bermanfaat atau tidak efektif.

Menurut William E, Scoot dalam Winardi (2004:234), terdapat empat macam tipe kreativitas yaitu :

- a) Inovasi
- b) Sintesis
- c) Ekstensi
- d) Duplikasi

Adapun indikator kreativitas dalam penelitian ini di ambil dari Khandwalla (2003), terdiri dari tujuh indikator yaitu: (1) *Problem Sensitivity*, mengacu pada kemampuan individu atau organisasi untuk mengidentifikasi dan memahami masalah dengan baik, yang merupakan Langkah awal penting dalam proses kreatif, (2) *Problem Restructuring*, ini mencerminkan keterampilan dalam memandang masalah dari perspektif yang beragam untuk menemukan solusi yang kreatif dan inovatif, (3) *Capacity to Ideate*, melibatkan beragam metode untuk memacu berpikir kreatif, (4) *Flexibility*, menunjukkan pentingnya fleksibilitas dalam menghadapi perubahan yang dapat mengubah situasi, (5) *Guessing*, melibatkan kemampuan mengidentifikasi akar penyebab masalah dengan dugaan yang tidak konvensional namun akurat, (6) *Elaborating*, berhubungan dengan kemampuan mengambil gagasan dan mengembangkan secara kreatif, (7) *Originality*, mengacu pada kemampuan menciptakan gagasan, produk, atau solusi inovatif yang unik. Semua indikator ini berperan penting dalam proses kreatif.

## **METODE PENELITIAN**

### **Lokasi Penelitian**

Studi ini dilakukan terhadap mahasiswa Sekolah Ekspor Nasional di Banten yang merupakan peserta program *studi independen Be A Digital Exporter*. Perusahaan/instansi terkait program ini beralamat di Plaza De Espana, Jl.Kalimantan No.26, RT.OO1/RW.009, Panunggan Bar.,Kec.Cibodas, Kota Tangerang, Banten.

### **Jenis Penelitian**

Metode penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan ilmiah yang memenuhi syarat-syarat ilmiah, seperti bersifat konkret dan empiris, obyektif, dapat diukur, rasional, serta sistematis. Penekanan dalam metode ini adalah pada penggunaan data berupa angka-angka, serta analisis yang mengandalkan statistik. Selain itu, metode ini sering disebut sebagai metode *discovery* karena kemampuannya untuk mengungkapkan dan mengembangkan pengetahuan inovasi dalam beragam disiplin ilmu pengetahuan dan teknologi (Sugiyono, 2013:7).

### **Populasi dan Sample**

Studi ini memanfaatkan variabel yang mencakup *Big Five Personality*, Pendidikan Kewirausahaan, Kreativitas sebagai variabel independent dan Niat Berwirausaha sebagai variabel dependen sehingga jumlah sampel minimal adalah  $4 \times 10 = 40$  mahasiswa. Roscoe berpendapat bahwa ukuran sampel yang tepat untuk penelitian berada dalam rentang lebih dari 30 namun kurang dari 500. Agar dapat mencegah kemungkinan masalah seperti

kerusakan atau kehilangan sampel, serta untuk mengantisipasi ketidaksesuaian data yang mungkin terjadi, disarankan untuk menambahkan 10 sampel tambahan dari yang direncanakan. Dengan demikian, jumlah total sampel dalam penelitian ini menjadi 75, untuk memastikan bahwa data yang diharapkan nantinya tetap sesuai dan akurat.

### **Teknik Analisis Data**

Pengujian validitas merupakan metode yang digunakan untuk menentukan apakah suatu kuesioner dapat dianggap sah atau valid. Ketika kita menyatakan bahwa sebuah kuesioner adalah valid, itu berarti bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut mampu dengan tepat menggambarkan atau mencerminkan aspek yang seharusnya dilakukan pengukuran melalui kuesioner tersebut. Validitas kuesioner dapat dinilai dengan membandingkan koefisien korelasi ( $r$ ) yang dihitung dengan nilai kritis ( $r$  table). Jika nilai korelasi yang dihitung ( $r$  hitung) melebihi nilai kritis ( $r$  table), dapat disimpulkan bahwa semua indikator dalam kuesioner tersebut dianggap valid. (Ghozali, 2018:66)

Reliabilitas adalah cara untuk menilai seberapa dapat diandalkan suatu kuesioner sebagai indikator dari variabel atau konstruk yang diukur. Ketika kita menyatakan bahwa sebuah kuesioner memiliki reliabilitas, itu menunjukkan bahwa jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pernyataan dalam kuesioner tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Sebelum memulai analisis regresi, penting untuk menguji asumsi klasik yang harus dipenuhi. Karena analisis regresi linear berganda memerlukan asumsi yang memadai, idealnya harus melalui uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, dan uji linearitas untuk memastikan keakuratannya.

Studi ini menerapkan analisis regresi linear berganda karena melibatkan lebih dari dua variabel, yakni Big Five Personality ( $X_1$ ), Pendidikan Kewirausahaan ( $X_2$ ), dan Kreativitas ( $X_3$ ). Dalam analisis ini, selain mengukur seberapa erat hubungan antara dua atau lebih variabel, metode tersebut juga menggambarkan arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen (Ghozali, 2018).

Uji statistik F secara mendasar digunakan untuk menentukan apakah semua variabel independen secara bersama-sama memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel dependen. Ketika nilai F yang dihitung lebih besar dari nilai F pada tabel, itu menunjukkan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji T pada dasarnya menggambarkan seberapa besar dampak individu dari satu variabel penjelas (independen) dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen (Ghozali, 2018:77). Jika nilai  $t$  hitung melebihi nilai  $t$  tabel pada tingkat signifikansi yang telah ditentukan, yaitu dengan tingkat kepercayaan  $\alpha$  sebesar 0,05, atau jika nilai probabilitas dari  $t$  hitung ( $\text{sig}$ ) kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependennya (Ghozali, 2018:80).

## **HASIL PENELITIAN**

### **Analisis Data**

#### Uji Validitas

Dari hasil uji, terungkap bahwa semua item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian memiliki nilai korelasi yang lebih besar daripada nilai kritis. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua items pertanyaan yang terdiri dari variabel independent yaitu *big five personality*, Pendidikan kewirausahaan dan kreativitas serta variabel dependennya yaitu niat berwirausaha dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Dari hasil uji, diketahui bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian memiliki nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,70. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua variabel, termasuk big five personality, Pendidikan kewirausahaan, kreativitas sebagai variabel independen, dan niat berwirausaha sebagai variabel dependen, telah memenuhi standar reliabilitas.

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Big Five Personality</i> (X1)	0,728	Reliabel
Pendidikan Kewirausahaan (X2)	0,938	Reliabel
Kreativitas (X3)	0,915	Reliabel
Niat Berwirausaha (Y)	0,882	Reliabel

Sumber: Pengelohan Data Primer (2024)

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Multikolinearitas

Dari hasil pengujian, terungkap bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian memiliki nilai tolerance di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas pada semua variabel independen, termasuk big five personality, Pendidikan kewirausahaan, dan kreativitas. Ini berarti tidak ada hubungan atau korelasi yang signifikan antar variabel tersebut.

Keterangan	Tolerance	VIF
<i>Big Five Personality</i> (X1)	0,455	2.199
Pendidikan Kewirausahaan (X2)	0,608	1.643
Kreativitas (X3)	0,393	2.545

Sumber: Pengelolaan Data Primer (2024)

#### Uji Heterokedasitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat variasi yang tidak seragam dalam varians residual di antara pengamatan dalam sebuah model regresi.

Variabel	Nilai Signifikan	Keterangan
<i>Big Five Personality</i> (X1)	0,715	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Pendidikan Kewirausahaan (X2)	0,341	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kreativitas(X3)	0,474	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Pengelolaan Data Primer (2024)

Berdasarkan hasil uji Glejser, dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada semua variabel independen, termasuk big five personality, Pendidikan kewirausahaan, dan kreativitas.

### Uji Normalitas

Uji non-parametrik seperti Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk menguji normalitas. Residual dianggap memiliki distribusi normal jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2018:196).

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.39367951
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.053
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.514
Asymp. Sig. (2-tailed)		.954

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.

Sumber: Pengolahan Data 2024

Berdasarkan data diketahui bahwa tingkat signifikansinya lebih besar dari 0,05 yaitu 0,954 sehingga dapat disimpulkan bahwa data variabel berdistribusi normal.

### Uji Linearitas

Uji Linearitas dilakukan dengan memeriksa nilai keberaturan pada tabel ANOVA. Jika nilai signifikansi linear  $< 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear yang signifikan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Dari hasil uji linearitas, diketahui bahwa variabel independen big five personality dan Pendidikan kewirausahaan memiliki signifikansi linear di bawah 0,05, menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear yang signifikan antara big five personality (X1) dengan niat berwirausaha (Y), serta Pendidikan kewirausahaan (X2) dengan niat berwirausaha (Y). Namun, variabel independen kreativitas memiliki signifikansi linear di atas 0,05, menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan linear yang signifikan antara kreativitas (X3) dan niat berwirausaha (Y).

### Analisis Regresi Linear Berganda

1. Nilai konstanta memiliki nilai positif sebesar 2,583, yang mengindikasikan adanya pengaruh satu arah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa big five personality, Pendidikan kewirausahaan, dan kreativitas memiliki potensi untuk memengaruhi niat berwirausaha.
2. Koefisien regresi untuk big five personality (X1) adalah 0,191, menunjukkan pengaruh yang positif dari variabel ini.
3. Koefisien regresi untuk Pendidikan kewirausahaan (X2) adalah 0,164, juga menunjukkan pengaruh positif.

4. Sementara koefisien regresi untuk kreativitas (X3) adalah -0,059, menandakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel ini.
5. Standar Error of Estimate adalah 2,444, yang mengindikasikan kesalahan dalam memprediksi pengaruh big five personality, Pendidikan kewirausahaan, dan kreativitas terhadap niat berwirausaha sebesar 2,444.
6. Nilai R square adalah 0,197, menunjukkan bahwa variabel big five personality, Pendidikan kewirausahaan, dan kreativitas berkontribusi sebesar 19,7% terhadap niat berwirausaha, sedangkan 80,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.
7. Nilai Adjusted R Square adalah 0,164, artinya sebesar 16,4% variasi dalam niat berwirausaha dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut, sementara 83,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

### Uji Kelayakan Model (F)

Nilai F yang dihitung adalah 5,823 dengan nilai signifikansi 0,001. Nilai F tabel dapat ditemukan di kolom df, dengan pembilang 3 dan penyebut 71. Dengan demikian, diperoleh nilai F tabel sebesar 2,734. Sehingga,  $5,823 > 2,734$  dan  $\text{Sig } 0,001 < 0,05$ , dan syarat uji kecocokan model adalah sebesar 0,05. Diketahui nilai F hitung lebih kecil dari syarat uji kecocokan model yaitu  $0,001 < 0,05$ . Dengan demikian, seluruh variabel independen yaitu *big five personality*(X1), Pendidikan kewirausahaan(X2) dan kreativitas(X3) memberikan yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu niat berwirausaha (Y).

### Uji Parsial (Uji t)

Variabel big five personality (X1) menunjukkan t hitung sebesar 2,230 dengan tingkat signifikansi 0,029. Ini mengindikasikan bahwa  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $2,230 > 1,1666$ ), sehingga  $H_1$  diterima. Kesimpulannya, big five personality memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat berwirausaha.

Variabel Pendidikan kewirausahaan (X2) memiliki t hitung sebesar 1,806 dengan tingkat signifikansi 0,075. Hal ini menunjukkan bahwa  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $1,806 > 1,1666$ ), sehingga  $H_2$  diterima. Kesimpulannya, Pendidikan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap niat berwirausaha.

Variabel kreativitas (X3) menunjukkan t hitung sebesar -0,654 dengan tingkat signifikansi 0,515. Dalam hal ini,  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  ( $-0,654 < 1,166$ ), sehingga  $H_3$  ditolak. Kesimpulannya, kreativitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat berwirausaha.

## KESIMPULAN

Berdasarkan temuan dan analisis dari bab sebelumnya, penutup penelitian ini dapat merangkum hal berikut:

1. Big five personality memiliki dampak yang signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa sekolah ekspor nasional. Faktor-faktor yang tercakup dalam big five personality telah diakui sebagai penting dalam membangun motivasi, semangat, dan perilaku berwirausaha di kalangan generasi muda. Hal ini menunjukkan bahwa

mahasiswa sekolah ekspor nasional memiliki niat berwirausaha yang dipengaruhi oleh karakteristik big five personality mereka.

2. Pendidikan kewirausahaan memainkan peran penting dalam membentuk niat berwirausaha mahasiswa sekolah ekspor nasional. Keterlibatan dalam program-program pendidikan kewirausahaan telah dianggap sebagai faktor kunci dalam meningkatkan minat dan kesiapan untuk berwirausaha di kalangan generasi muda. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa sekolah ekspor nasional memahami nilai penting dari pendidikan kewirausahaan.
3. Kreativitas tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa sekolah ekspor nasional. Meskipun kreativitas sering dianggap sebagai faktor penting dalam pengembangan ide dan inovasi dalam wirausaha, namun dalam konteks ini, tidak ditemukan hubungan yang signifikan antara tingkat kreativitas dan niat berwirausaha mahasiswa sekolah ekspor nasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Choi Tung, L. (2011). *The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intention of engineering students*.
- Firmansyah, M. A. (2019). *KEWIRAUSAHAAN (Dasar dan Konsep)*.  
<https://www.researchgate.net/publication/336146325>
- Gerry, C, Susana, C. & Nogueira, F. 2008. Tracking Student Entrepreneurial Potential: Personal Attributes And The Propensity For Business Start-Ups After Graduation In A Portuguese University. *International Research Journal Problems And Perspectives In Management*, 6(4): 45-53
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). *The Big-Five Trait Taxonomy: History, Measurement, and Theoretical Perspectives*.
- Khandwalla, P. N. (2003). *Corporate creativity : the winning edge*. Tata McGraw-Hill.
- Soto, C. J., & Jackson, J. J. (2013). *Five-Factor Model of Personality*.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Suharsono, N. (2018). *Pendidikan Kewirausahaan dari Teori ke Aplikasi Model Patriot Sejati Seri Pengembangan Budaya Kewirausahaan* (1st ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Suryana. (2019). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (4th ed.). Salemba Empat.
- Winardi, J. (2004). *Entrepreneur dan Entrepreneurship* (1st ed.). Prenada Media.