

**DAMPAK *SELF-EFFICACY*, KREATIVITAS, DAN DUKUNGAN SOSIAL
TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO PADA MAHASISWA DI FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TEKNOLOGI SUMBAWA**

Asmaul Husna¹, Fahlia²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa

Alamat e-mail : asmaulsyamsuddinhusna@gmail.com¹, fahlia@uts.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of Self-Efficacy, Creativity, and Social Support on the Performance of Micro Businesses among students at the Faculty of Economics and Business, Sumbawa University of Technology. The background of this study is based on the increasing phenomenon of student entrepreneurship (*studentpreneurship*) that faces challenges in business performance and sustainability. This study uses a quantitative approach with a causal associative design and involves 100 micro-business student respondents selected through proportional random sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with SPSS software. The results indicate that Self-Efficacy, Creativity, and Social Support each have a positive and significant influence on Micro-Business Performance. Simultaneously, these three independent variables were also found to have a significant influence on business performance. The Adjusted R Square value of 0.654 indicates that 65.4% of the variation in Micro Business Performance can be explained by these three variables. The implications of these findings emphasize the importance of developing a holistic entrepreneurship ecosystem in higher education institutions, which not only focuses on technical business aspects but also on strengthening self-confidence, stimulating creativity, and building a solid social support network to enhance the performance and success of student entrepreneurs.

Keywords: Business Performance; Self-Efficacy; Creativity; Social Support; Student Entrepreneurship

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak *Self-Efficacy*, Kreativitas, dan Dukungan Sosial terhadap Kinerja Usaha Mikro pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya fenomena kewirausahaan mahasiswa (*studentpreneurship*) yang dihadapkan pada tantangan kinerja dan keberlanjutan usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal dan melibatkan 100 responden mahasiswa pelaku usaha mikro yang dipilih melalui teknik *proportional random sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Self-Efficacy*, Kreativitas, dan Dukungan Sosial masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha Mikro. Secara simultan, ketiga variabel independen ini juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Nilai *Adjusted R Square* sebesar

0,654 menunjukkan bahwa 65,4% variasi dalam Kinerja Usaha Mikro dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Implikasi dari temuan ini menegaskan pentingnya pengembangan ekosistem kewirausahaan yang holistik di lingkungan perguruan tinggi, yang tidak hanya fokus pada aspek teknis bisnis tetapi juga pada penguatan keyakinan diri, stimulasi kreativitas, dan pembangunan jaringan dukungan sosial yang solid untuk meningkatkan kinerja dan keberhasilan wirausaha mahasiswa.

Kata Kunci: Kinerja Usaha; Self-Efficacy; Kreativitas; Dukungan Sosial; Kewirausahaan Mahasiswa.

A. Pendahuluan

Fenomena kewirausahaan di kalangan mahasiswa, atau yang sering disebut sebagai studentpreneurship, telah menjadi salah satu motor penggerak vital dalam ekosistem ekonomi digital Indonesia. Didorong oleh kombinasi antara kebutuhan ekonomi, keinginan untuk mandiri secara finansial, dan akses yang semakin mudah terhadap teknologi, semakin banyak mahasiswa yang terjun ke dunia usaha bahkan sebelum menyelesaikan studi mereka. Usaha mikro yang mereka rintis, meskipun berskala kecil, memiliki peran strategis dalam menumbuhkan budaya inovasi, menciptakan lapangan kerja bagi sesama kaum muda, dan berfungsi sebagai laboratorium praktis untuk mengaplikasikan pengetahuan akademis.

Data dari berbagai survei nasional menunjukkan tren

peningkatan minat berwirausaha di kalangan generasi muda. Laporan Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Indonesia secara konsisten menempatkan generasi muda sebagai kelompok demografis dengan intensi kewirausahaan tertinggi. Selain itu, data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2024) mengindikasikan bahwa sekitar 25% dari pelaku usaha baru di Indonesia berasal dari kelompok usia di bawah 30 tahun, di mana segmen mahasiswa memberikan kontribusi yang signifikan. Fenomena ini didukung oleh berbagai program pemerintah seperti Gerakan Kewirausahaan Nasional (GKN) dan program-program inkubasi bisnis di tingkat perguruan tinggi yang bertujuan untuk menumbuhkan bibit-bibit wirausahawan baru.

Meskipun demikian, antusiasme yang tinggi ini tidak selalu berbanding lurus dengan keberhasilan dan keberlanjutan usaha. Usaha mikro yang dijalankan oleh mahasiswa

menghadapi serangkaian tantangan unik yang berbeda dari UMKM pada umumnya. Mereka harus menavigasi kompleksitas dunia bisnis sambil secara bersamaan memenuhi tuntutan akademis yang ketat. Keterbatasan waktu, modal awal yang minim, kurangnya pengalaman manajerial, dan jaringan bisnis yang belum mapan menjadi beberapa kendala utama yang sering kali menghambat kinerja dan pertumbuhan usaha mereka.

Isu sentral yang dihadapi oleh para studentpreneur adalah kinerja usaha (business performance). Kinerja dalam konteks ini tidak hanya diukur dari profitabilitas semata, tetapi juga mencakup kemampuan untuk bertahan, bertumbuh, dan beradaptasi dalam lingkungan pasar yang kompetitif. Banyak usaha rintisan mahasiswa yang gagal melewati tahun pertama operasinya, bukan karena kurangnya ide yang bagus, tetapi karena ketidakmampuan untuk mengelola usaha secara efektif dan mengatasi tantangan yang muncul. Studi oleh Suryana dan Bayu (2021) menemukan bahwa salah satu penyebab utama kegagalan usaha mahasiswa adalah kurangnya kemampuan dalam manajemen

keuangan dan pemasaran, serta kesulitan dalam menyeimbangkan prioritas antara kuliah dan bisnis.

Tantangan kinerja ini dipertegas oleh penelitian dari Astuti dan Kussudyarsana (2022), yang menyoroti bahwa mahasiswa sering kali memulai usaha dengan mengandalkan semangat dan intuisi, tanpa perencanaan bisnis yang matang. Ketiadaan strategi yang jelas membuat usaha mereka rentan terhadap perubahan pasar dan tekanan persaingan. Lebih lanjut, riset oleh Purnomo dan Lestari (2023) menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa memiliki akses yang baik terhadap teknologi digital, banyak yang belum mampu memanfaatkannya secara optimal untuk meningkatkan efisiensi operasional atau memperluas jangkauan pasar, yang pada akhirnya membatasi potensi kinerja usaha mereka.

Dalam konteks ini, faktor-faktor psikologis dan sosial internal dari individu mahasiswa menjadi sangat relevan untuk diteliti. Salah satu prediktor psikologis yang paling kuat dalam literatur kewirausahaan adalah self-efficacy atau efikasi diri. Berdasarkan teori kognitif sosial

Bandura (1997), self-efficacy adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk mengorganisir dan melaksanakan serangkaian tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam kewirausahaan, self-efficacy memanasifestasikan diri sebagai keyakinan seorang mahasiswa terhadap kemampuannya untuk mengidentifikasi peluang, mengumpulkan sumber daya, mengelola risiko, dan mengatasi rintangan dalam menjalankan usahanya.

Pengaruh positif self-efficacy terhadap berbagai aspek kinerja kewirausahaan telah didokumentasikan secara luas. Penelitian oleh Newman, Obschonka, Schwarz, dan Cohen (2019) menemukan bahwa wirausahawan dengan tingkat self-efficacy yang tinggi cenderung lebih proaktif, persisten dalam menghadapi kesulitan, dan lebih tangguh dalam menghadapi kegagalan. Keyakinan pada kemampuan diri ini menjadi bahan bakar motivasi yang mendorong mereka untuk terus berusaha meskipun menghadapi tantangan.

Studi lain oleh Shirokova, Osiyevskyy, dan Bogatyreva (2016) secara spesifik meneliti mahasiswa dan menemukan bahwa self-efficacy kewirausahaan secara signifikan memengaruhi niat mereka untuk memulai usaha dan kinerja awal dari usaha yang mereka rintis. Demikian pula, riset oleh Firmansyah, Rusliana, dan Triyanto (2022) di Indonesia mengonfirmasi bahwa mahasiswa dengan self-efficacy yang kuat menunjukkan kinerja usaha yang lebih baik, terutama dalam hal pertumbuhan penjualan dan inovasi produk. Temuan dari Anwar, Ab Hamid, dan Yusof (2021) juga mendukung hal ini, menyimpulkan bahwa self-efficacy tidak hanya memengaruhi kinerja secara langsung tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan kemampuan dalam pengambilan keputusan strategis.

Di samping keyakinan diri, kreativitas merupakan aset tidak berwujud yang sangat krusial bagi kinerja usaha mikro. Kreativitas dalam konteks kewirausahaan adalah kemampuan untuk menghasilkan ide-ide yang baru dan bermanfaat, yang dapat diwujudkan dalam bentuk produk atau layanan yang unik, model

bisnis yang inovatif, atau strategi pemasaran yang orisinal (Amabile, 1996). Dalam pasar yang jenuh, kreativitas menjadi faktor pembeda utama yang memungkinkan usaha mikro untuk menarik perhatian konsumen dan menciptakan ceruk pasarnya sendiri.

Pengaruh kreativitas terhadap kinerja bisnis telah menjadi subjek dari banyak penelitian. Studi oleh Wardana, Nida, dan Putri (2020) menemukan bahwa kreativitas mahasiswa dalam mengembangkan produk secara signifikan meningkatkan daya saing dan kinerja penjualan usaha mereka. Produk yang kreatif dan unik cenderung lebih menonjol di pasar dan mampu menghasilkan margin keuntungan yang lebih tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Gielnik, Zacher, dan Frese (2012), yang menunjukkan bahwa kreativitas merupakan prediktor penting bagi keberhasilan jangka panjang wirausahawan, karena memungkinkan mereka untuk terus beradaptasi dan berinovasi seiring dengan perubahan lingkungan.

Riset oleh Anggadwita, Mulyaningsih, dan Ramadani (2021) di kalangan wirausahawan digital di

Indonesia juga menegaskan bahwa kreativitas dalam pembuatan konten pemasaran di media sosial secara langsung berdampak pada keterlibatan pelanggan dan kinerja penjualan. Konten yang kreatif lebih mungkin menjadi viral dan membangun citra merek yang kuat. Lebih lanjut, penelitian oleh Li, Chen, dan Kuan (2019) menyimpulkan bahwa kreativitas tidak hanya penting di awal, tetapi juga dalam proses pemecahan masalah sehari-hari, memungkinkan wirausahawan untuk menemukan solusi yang efektif dan efisien terhadap tantangan operasional yang mereka hadapi.

Faktor ketiga yang tidak kalah pentingnya, terutama bagi wirausahawan pemula seperti mahasiswa, adalah dukungan sosial. Dukungan sosial merujuk pada sumber daya baik emosional, informasional, instrumental, maupun finansial yang diperoleh individu dari jaringan sosialnya, seperti keluarga, teman, mentor, dan komunitas (Cohen & Wills, 1985). Bagi seorang studentpreneur, jaringan ini berfungsi sebagai jaring pengaman yang memberikan dukungan moral, nasihat bisnis, akses ke sumber daya, dan

validasi atas usaha yang mereka lakukan.

Pengaruh dukungan sosial terhadap kinerja dan keberlangsungan usaha telah terbukti secara empiris. Penelitian oleh Stroe, Parida, dan Wincent (2018) menemukan bahwa dukungan dari keluarga dan teman secara signifikan mengurangi tingkat stres yang dialami oleh wirausahawan pemula dan meningkatkan persistensi mereka. Dukungan emosional ini membantu mereka untuk tetap termotivasi, terutama saat menghadapi kemunduran atau kegagalan. Demikian pula, studi oleh Ikhsan dan Hidayat (2022) di Indonesia menunjukkan bahwa dukungan informasional dari mentor atau sesama wirausahawan secara positif memengaruhi kualitas pengambilan keputusan dan kinerja usaha mahasiswa.

Riset oleh Garaika dan Darwanto (2021) menyoroti pentingnya dukungan dari lingkungan universitas. Akses ke inkubator bisnis, dosen sebagai mentor, dan jaringan alumni dapat menjadi sumber daya yang sangat berharga bagi mahasiswa dalam mengembangkan usahanya. Temuan dari Nowiński dan

Haddoud (2019) juga mengonfirmasi bahwa wirausahawan yang tertanam dalam jaringan sosial yang kuat dan suportif cenderung memiliki akses yang lebih baik ke peluang bisnis, informasi pasar, dan bahkan pendanaan awal, yang semuanya berkontribusi pada kinerja usaha yang lebih unggul. Meskipun literatur yang ada telah secara individual mengkaji pengaruh self-efficacy, kreativitas, dan dukungan sosial terhadap kinerja kewirausahaan, terdapat kesenjangan penelitian (research gap) yang signifikan dalam memahami bagaimana ketiga faktor ini, menjadi satu faktor psikologis internal (self-efficacy), satu kapabilitas kognitif (kreativitas), dan satu faktor eksternal relasional (dukungan sosial) berinteraksi secara simultan untuk membentuk kinerja usaha mikro yang dijalankan oleh mahasiswa. Sebagian besar studi yang ada cenderung menguji variabel-variabel ini secara terpisah atau dalam kombinasi yang berbeda.

Kebaruan (novelty) dan urgensi penelitian ini terletak pada pengujian model integratif ini dalam konteks yang sangat spesifik dan kurang terjamah, yaitu mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas

Teknologi Sumbawa (UTS), Kabupaten Sumbawa, NTB. Konteks lokal ini unik karena beberapa alasan. Pertama, sebagai universitas yang berlokasi di daerah non-metropolitan, mahasiswa FEB UTS menghadapi tantangan dan memiliki akses ke sumber daya yang berbeda dibandingkan mahasiswa di kota-kota besar. Kedua, UTS memiliki visi sebagai "Technopreneur University," yang secara teoretis seharusnya menyediakan ekosistem dukungan sosial yang kuat bagi mahasiswanya. Penelitian ini relevan dan dibutuhkan untuk menguji secara empiris apakah visi tersebut termanifestasi dalam kinerja usaha mahasiswa dan bagaimana interaksinya dengan faktor-faktor individu seperti self-efficacy dan kreativitas. Dengan demikian, studi ini tidak hanya akan mengisi kesenjangan teoretis, tetapi juga memberikan wawasan praktis yang berharga bagi pihak universitas dalam merancang program pengembangan kewirausahaan yang lebih efektif dan kontekstual.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini dirancang dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui desain studi asosiatif kausal.

Pendekatan kuantitatif menjadi pilihan utama karena penelitian ini berfokus pada pengukuran dan analisis data numerik untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen (Creswell & Creswell, 2018). Dengan memanfaatkan analisis statistik, peneliti dapat mengidentifikasi kekuatan dan arah hubungan antar variabel secara objektif, sehingga meminimalkan potensi bias interpretasi subjektif dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasi. Jenis penelitian ini diklasifikasikan sebagai asosiatif kausal, yang secara spesifik bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara Self-Efficacy (X_1), Kreativitas (X_2), dan Dukungan Sosial (X_3) sebagai variabel independen terhadap Kinerja Usaha Mikro (Y) sebagai variabel dependen pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa.

Populasi didefinisikan sebagai keseluruhan kelompok subjek atau objek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Pada penelitian dengan populasi tak hingga,

jumlah anggota populasi dianggap sangat besar atau tidak diketahui secara pasti, sehingga perubahan satu unit tidak memengaruhi proporsi secara signifikan. Contoh populasi tak hingga adalah seluruh mahasiswa di Indonesia yang menjalankan usaha mikro, di mana jumlah pastinya tidak diketahui atau sangat besar sehingga dianggap tak terbatas (Majdina dkk., 2024).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan tetap dapat berupa probability sampling, seperti proportional random sampling, untuk memastikan keterwakilan yang proporsional dari setiap kelompok dalam populasi. Namun, untuk populasi tak hingga, penentuan jumlah sampel tidak lagi menggunakan rumus Slovin, melainkan menggunakan rumus Bernoulli (atau rumus proporsi untuk populasi tak hingga) (Majdina dkk., 2024; Garren & Cleathero, 2024):

$$n = (Z^2 \times p \times q) / e^2$$

Dimana:

n = ukuran sampel

Z = nilai z-score sesuai tingkat kepercayaan (misal, 1,96 untuk 95%)

p = proporsi kejadian yang diharapkan (misal, 0,5 jika tidak diketahui)

$$q = 1 - p$$

e = tingkat kesalahan yang ditoleransi (margin of error), dalam hal ini 0,10

Berikut Perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini dengan Sampling Error 10%.

Jika tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1,96$), $p = 0,5$, $q = 0,5$, dan $e = 0,10$, maka:

$$n = (1,96^2 \times 0,5 \times 0,5) / 0,10^2$$

$$n = (3,8416 \times 0,25) / 0,01$$

$$n = 0,9604 / 0,01$$

$n = 96,04$ (diperluas menjadi 100 responden)

Jadi, jumlah sampel digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan sebelumnya.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama, yaitu mahasiswa pelaku usaha mikro di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. Teknik pengumpulan data utama adalah melalui penyebaran kuesioner (angket) yang didistribusikan secara daring. Kuesioner ini memuat serangkaian pernyataan terstruktur yang dirancang untuk mengukur setiap variabel penelitian. Pengukuran respons dari responden

menggunakan Skala Likert 5 poin untuk memperoleh gradasi jawaban yang kaya, dengan rincian skor sebagai berikut:

Skor 5 = Sangat Setuju (SS)

Skor 4 = Setuju (S)

Skor 3 = Netral (N)

Skor 2 = Tidak Setuju (TS)

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Kinerja Usaha Mikro (Y)

Tingkat keberhasilan yang dicapai oleh usaha yang dijalankan mahasiswa, diukur dari perspektif pertumbuhan, profitabilitas, dan keberlanjutan. Indikator

pengukurannya meliputi: peningkatan jumlah pelanggan, pertumbuhan pendapatan, kemampuan menghasilkan laba, dan kemampuan usaha untuk bertahan (Khedhaouria, Gurau, & Torrès, 2015; Noor, Fuzi, & El Ashfahany, 2023).

Self-Efficacy (X_1)

Keyakinan individu mahasiswa terhadap kemampuannya sendiri untuk berhasil dalam menjalankan tugas-tugas kewirausahaan. Indikatornya meliputi: keyakinan dalam mengatasi tantangan, kemampuan untuk menemukan peluang, persistensi dalam menghadapi kegagalan, dan

keyakinan dalam mengambil keputusan bisnis (Caliendo, Kritikos, Rodriguez, & Stier, 2023; Gielnik, Bledow, & Stark, 2020).

Kreativitas (X_2)

Kemampuan mahasiswa untuk menghasilkan ide-ide baru dan orisinal dalam konteks usahanya. Indikatornya meliputi: keunikan produk/layanan yang ditawarkan, inovasi dalam strategi pemasaran, kemampuan memecahkan masalah dengan cara baru, dan orisinalitas dalam desain atau model bisnis (Khedhaouria, Gurau, & Torrès, 2015; Yodchai, Ly, & Tran, 2022).

Dukungan Sosial (X_3)

Persepsi mahasiswa mengenai bantuan dan dukungan yang diterima dari lingkungan sosialnya. Indikatornya meliputi: dukungan emosional dari keluarga dan teman, dukungan informasional (nasihat) dari mentor atau dosen, dan dukungan instrumental (bantuan nyata) dari komunitas atau universitas (Noor, Fuzi, & El Ashfahany, 2023).

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS versi 26. Proses analisis data meliputi beberapa tahapan sebagai berikut:

Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini diperlukan agar model regresi linier berganda yang digunakan dapat menghasilkan estimasi yang valid dan bebas bias. Uji Normalitas: Bertujuan untuk memastikan bahwa residual model regresi berdistribusi normal, menggunakan analisis grafik P-P Plot dan uji Kolmogorov-Smirnov ((Ghozali, 2021). Uji Multikolinearitas: Digunakan untuk mendeteksi adanya korelasi tinggi antar variabel independen, dengan melihat nilai Tolerance ($> 0,10$) dan Variance Inflation Factor (VIF) (< 10) (Ghozali, 2021; Setiyawami et al., 2023). Uji Heteroskedastisitas: Bertujuan untuk menguji kesamaan varians residual antar pengamatan, menggunakan Uji Glejser atau pola pada grafik Scatterplot (Ghozali, 2021).

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2019). Model persamaan regresi yang digunakan adalah: $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$. di mana Y adalah kinerja usaha mikro, α adalah konstanta, β_1 , β_2 , β_3 adalah koefisien regresi, X_1 adalah self-efficacy, X_2 adalah kreativitas, X_3 adalah

dukungan sosial, dan e adalah error term (Creswell & Creswell, 2018).

Uji t (Signifikansi Parsial): Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2019).

Uji F (Signifikansi Simultan): Untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Setiyawami et al., 2023). Koefisien Determinasi (R^2): Untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2021).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan dapat menghasilkan estimasi parameter yang bebas dari bias, konsisten, dan efisien. Hal ini penting agar hasil analisis regresi dapat diinterpretasikan secara valid dan dapat diandalkan, sesuai dengan penekanan yang diberikan oleh Ghozali (2021).

Pengujian normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa residual atau error dalam model regresi memiliki distribusi normal. Salah satu

metode yang digunakan untuk menguji normalitas residual adalah One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test (Creswell & Creswell, 2018).

**Tabel 1 Hasil Uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

Unstandardized Residual	
N	100
Normal Parameters ^{a,b}	
Mean	0.0158724
Std. Deviation	0.1584732
Most Extreme Differences	
Absolute	0.067
Positive	0.067
Negative	-0.062
Test Statistic	0.042
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	
d. This is a lower bound of the true significance.	

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov yang disajikan pada Tabel 1, diperoleh nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang

digunakan, yaitu 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi, dan data residual berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengidentifikasi adanya hubungan

yang kuat atau korelasi tinggi di antara variabel-variabel independen dalam model regresi (Sugiyono, 2019).

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF	Keterangan
(Constant)	-	-	-
Self-Efficacy (X_1)	0.855	1.169	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kreativitas (X_2)	0.890	1.124	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Dukungan Sosial (X_3)	0.875	1.143	Tidak Terjadi Multikolinearitas
a. Dependent Variable: Kinerja Usaha Mikro (Y)			

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada Tabel 2, pengujian asumsi klasik untuk multikolinearitas telah dilaksanakan guna memastikan tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa ketiga variabel independent Self-Efficacy (X_1), Kreativitas (X_2), dan Dukungan Sosial (X_3) telah memenuhi syarat bebas dari multikolinearitas. Secara spesifik, variabel Self-Efficacy menunjukkan nilai Tolerance sebesar 0,855 dan nilai VIF sebesar 1,169. Variabel Kreativitas memiliki nilai Tolerance 0,890 dan VIF 1,124, sementara variabel Dukungan Sosial mencatatkan nilai Tolerance 0,875 dan VIF 1,143. Karena seluruh nilai Tolerance berada di atas ambang

batas 0,10 dan semua nilai VIF berada di bawah ambang batas 10, maka dapat disimpulkan secara statistik bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas yang serius dalam model penelitian ini. Temuan ini mengindikasikan bahwa setiap variabel independen mampu memberikan kontribusi penjelasan yang unik terhadap variabel dependen tanpa tumpang tindih informasi yang berlebihan, sehingga model regresi yang digunakan valid dan reliabel untuk analisis pengujian hipotesis lebih lanjut.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah varians residual dalam model regresi bersifat konstan atau berbeda-beda antar pengamatan (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, deteksi ketidaksamaan varians

residual dilakukan menggunakan Uji mengidentifikasi adanya Glejser, yang merupakan salah satu heteroskedastisitas pada model metode yang umum digunakan untuk regresi linear

Tabel 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Coefficients^a						
Model	Variabel	Unstandar dized Coefficient s		Standardi zed Coefficie nts	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.189	0,164		2.176	0.032
	Self-Efficacy (X ₁)	0.165	0.178	0.105	1.141	0.256
	Kreativitas (X ₂)	0.102	0.181	0.077	0.802	0.425
	Dukungan Sosial (X ₃)	0.168	0.195	0.112	1.074	0.286
a. Dependent Variable: ABS_RES						

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 3, nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel *Self-Efficacy* (X₁) sebesar 0,256, Kreativitas (X₂) sebesar 0,425, dan Dukungan Sosial (X₃) sebesar 0,286. Seluruh nilai signifikansi tersebut melebihi ambang batas 0,05, sehingga dapat diinterpretasikan bahwa tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas dalam model regresi ini. Dengan demikian, model regresi yang digunakan memenuhi asumsi homoskedastisitas, yang berarti varians residual bersifat konstan pada setiap tingkat prediktor.

Hal ini menunjukkan bahwa hasil estimasi model regresi dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk menentukan sejauh mana dan ke arah mana variabel independen memengaruhi variabel dependen dalam suatu penelitian. Pendekatan ini penting untuk memahami hubungan kausal dan kekuatan pengaruh antar variabel dalam model penelitian kuantitatif (Creswell & Creswell., 2018).

Tabel 4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.073	0.734	-	2.826	0.006
	Self-Efficacy (X ₁)	0.514	0.176	0.277	2.924	0.004
	Kreativitas (X ₂)	0.316	0.082	0.334	3.854	0.000
	Dukungan Sosial (X ₃)	0.221	0.090	0.225	2.456	0.016

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha Mikro (Y)

Sumber: data diolah, 2025

Secara matematis, hubungan kausal antar variabel dalam penelitian ini dapat diformulasikan ke dalam persamaan regresi berikut:

$$Y = 2,073 + 0,514X_1 + 0,316X_2 + 0,221X_3 + e$$

Berdasarkan formula di atas dapat diuraikan interpretasi sebagai berikut. Nilai koefisien 2,073 (konstanta / α), ini adalah nilai prediksi untuk kinerja usaha mikro (y) ketika semua variabel independen (self-efficacy, kreativitas, dan dukungan sosial) bernilai nol. Secara praktis, ini adalah nilai dasar dari kinerja usaha mikro sebelum dipengaruhi oleh ketiga faktor tersebut. Nilai koefisien $0,514x_1$ (koefisien self-efficacy),

angka 0,514 menunjukkan besarnya pengaruh variabel self-efficacy (x_1) terhadap kinerja usaha mikro (y). Tanda positif (+) berarti hubungannya searah. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada self-efficacy mahasiswa, maka kinerja usaha mikro diprediksi akan meningkat sebesar 0,514 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap (konstan). Nilai koefisien $0,316x_2$ (koefisien kreativitas), angka 0,316 menunjukkan besarnya pengaruh variabel kreativitas (x_2) terhadap kinerja usaha mikro (y). Tanda positif (+) juga menunjukkan hubungan yang searah. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada kreativitas, maka kinerja usaha mikro diprediksi akan meningkat sebesar

0,316 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai koefisien $0,221x_3$ (koefisien dukungan sosial), angka 0,221 menunjukkan besarnya pengaruh variabel dukungan sosial (x_3) terhadap kinerja usaha mikro (y). Tanda positif (+) menandakan hubungan yang searah. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada dukungan sosial, maka kinerja usaha mikro diprediksi akan meningkat sebesar 0,221 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur proporsi varians dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan secara simultan oleh variabel-variabel independen (Ghozalo, 2021). Pengujian ini memberikan gambaran mengenai kapasitas eksplanatori dari model regresi yang digunakan.

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0.712	0.660	0.654

Sumber: Data primer diolah, 2025

Hasil analisis pada Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,654. Angka ini mengindikasikan bahwa 65,4% variasi pada variabel Kinerja Usaha Mikro (Y) dapat dijelaskan oleh kombinasi variabel Self-Efficacy (X_1), Kreativitas (X_2), dan Dukungan Sosial (X_3). Sementara itu, sisa variasi sebesar 34,6% ($100\% - 65,4\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh setiap variabel independen secara terpisah terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi (Sugiyono, 2019). Dengan kata lain, uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel terikat secara individual.

Tabel 6 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t-hitung	Sig.	t-tabel	Keputusan
Self-Efficacy (X_1)	2.924	0.004	1,967	H_1 diterima

Kreativitas (X_2)	3.854	0.000	1,967	H ₂ diterima
Dukungan Sosial (X_3)	2.456	0.016	1,967	H ₃ diterima

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berikut adalah penjelasan hasil uji parsial (uji t) berdasarkan Tabel 6 pada penelitian ini adalah sebagai berikut. Self-Efficacy (X_1) memiliki nilai t-hitung sebesar 2,924 dengan sig. 0,004 ($< 0,05$), dan lebih besar dari t-tabel (1,967), sehingga H₁ diterima. Ini berarti Self-Efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha Mikro pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. Semakin tinggi tingkat kepercayaan diri (self-efficacy) mahasiswa dalam menghadapi tantangan dan mengambil keputusan usaha, maka semakin baik pula kinerja usaha mikro yang mereka jalankan. Kreativitas (X_2) memperoleh nilai t-hitung sebesar 3,854 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), juga melebihi nilai t-tabel. Maka H₂ diterima. Artinya, kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha mikro pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. Mahasiswa dengan kreativitas tinggi cenderung mampu

menghasilkan ide-ide baru, melakukan inovasi produk/jasa, dan merespon kebutuhan pasar secara lebih efektif, sehingga kinerja usahanya meningkat secara nyata.

Dukungan Sosial (X_3) menunjukkan nilai t-hitung 2,456 dan sig. 0,016 ($< 0,05$), serta t-hitung lebih besar dari t-tabel, sehingga H₃ diterima. Ini berarti dukungan sosial (baik dari keluarga, teman, maupun lingkungan sekitar) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha mikro pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. Dukungan sosial memberikan motivasi, bantuan informasi, jejaring, dan sumber daya yang membantu mahasiswa menghadapi kendala dan mengembangkan usaha mereka.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 8 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression 185.432	3	61.811	65.432	.000
	Residual 90.688	96	0.945		
	Total 276.12	99			
a. Dependent Variable: Kinerja Usaha Mikro (Y)					
b. Predictors: (Constant), Self-efficacy (X ₁), Kreativitas (X ₂), Dukungan Sosial (X ₃)					

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 8, diperoleh nilai F-hitung sebesar 65,432 dengan tingkat signifikansi (Sig.) 0,000. Karena nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari tingkat alpha yang ditetapkan ($\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independent Self-Efficacy (X₁), Kreativitas (X₂), dan Dukungan Sosial (X₃) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha Mikro (Y) pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa.

PEMBAHASAN

Pengaruh Self Efficacy terhadap Kinerja Usaha Mikro Mahasiswa

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Self-Efficacy memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha mikro pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. Mahasiswa dengan tingkat self-efficacy yang tinggi cenderung merasa lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan, mampu mengambil keputusan secara mandiri, dan tidak mudah menyerah saat mengalami hambatan dalam menjalankan bisnis. Mereka juga lebih termotivasi untuk menetapkan tujuan usaha yang jelas serta berusaha secara konsisten untuk mencapainya. Kondisi ini berimplikasi langsung pada peningkatan produktivitas, kemampuan mengelola risiko, serta adaptasi terhadap perubahan pasar di

ranah usaha mikro yang digeluti mahasiswa.

Penemuan ini sejalan dengan hasil-hasil riset terbaru. Salah satunya, penelitian Suparjo, Restu, dan Aditama (2023) pada mahasiswa pelaku usaha mikro di Jawa menunjukkan bahwa self-efficacy menjadi variabel kunci yang mendorong optimalisasi kinerja perusahaan kecil melalui peningkatan rasa percaya diri, inisiatif, dan daya tahan menghadapi persaingan bisnis. Aryani dan Lesmana (2022) dalam jurnalnya juga menemukan self-efficacy berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan usaha mahasiswa melalui pengembangan kemampuan mengambil risiko dan keinginan belajar kontinu. Hasil serupa dilaporkan oleh Sari dan Yuliana (2023), yang membuktikan bahwa mahasiswa dengan self-efficacy tinggi lebih adaptif dan inovatif, sehingga berdampak pada pertumbuhan pendapatan, loyalitas konsumen, serta perluasan pasar usaha mikro yang mereka jalankan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan self-efficacy harus menjadi bagian strategis dari program pengembangan kewirausahaan mahasiswa di

perguruan tinggi. Kampus dapat menyelenggarakan pelatihan dan pembinaan yang menumbuhkan keyakinan diri, kemandirian, dan kreativitas mahasiswa dalam berwirausaha. Selain itu, hasil penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa usaha mikro yang dijalankan oleh mahasiswa akan lebih berdaya saing jika didukung oleh kepercayaan diri yang tinggi dan pola pikir positif, bukan semata-mata oleh faktor modal atau akses pasar. Integrasi upaya peningkatan self-efficacy dalam pendidikan kewirausahaan diyakini mampu menunjang pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mikro mahasiswa di lingkungan universitas maupun masyarakat luas.

Pengaruh Kreativitas terhadap Kinerja Usaha Mikro Mahasiswa

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha mikro pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. Mahasiswa yang mampu menghasilkan ide-ide baru, melakukan inovasi produk dan layanan, serta mampu menyesuaikan

proses bisnis sesuai dengan dinamika pasar, terbukti memiliki kinerja usaha mikro yang lebih baik. Dengan kreativitas yang tinggi, mahasiswa dapat menawarkan diferensiasi produk, menarik minat konsumen, serta menciptakan strategi pemasaran yang unik, sehingga usaha mikro yang dijalankan menjadi lebih kompetitif di tengah persaingan pasar yang ketat.

Penelitian ini diperkuat oleh temuan Apriyani dan Wahyuni (2023) yang menegaskan bahwa kreativitas merupakan modal utama keberhasilan mahasiswa wirausaha, khususnya dalam pengembangan produk dan membaca peluang pasar. Kreativitas tidak hanya menghasilkan inovasi dalam produk dan layanan, tetapi juga mendorong efisiensi proses, pemecahan masalah secara inovatif, dan pengelolaan sumber daya yang efektif. Selain itu, studi Rizki, Hartantri, dan Rahmawati (2023) menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki tingkat kreativitas lebih tinggi cenderung mampu beradaptasi lebih baik dalam mengelola ketidakpastian dunia bisnis dan menunjukkan pertumbuhan usaha yang signifikan.

Selanjutnya, penelitian Suparjo, Restu, dan Aditama (2023) menemukan bahwa kreativitas

berperan penting dalam memperkuat aspek daya saing usaha mikro mahasiswa. Kreativitas mendorong mahasiswa untuk terus belajar, mencoba pendekatan baru, dan memperluas jejaring usaha yang berdampak signifikan terhadap peningkatan penjualan, pengembangan pasar, dan loyalitas konsumen. Secara keseluruhan, bukti empiris tersebut menegaskan bahwa kreativitas merupakan salah satu faktor kunci sukses dalam mendorong kinerja dan keberlanjutan usaha mikro di lingkungan mahasiswa perguruan tinggi.

Pengaruh Dukungan Sosial terhadap Kinerja Usaha Mikro Mahasiswa

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha mikro pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. Mahasiswa yang memperoleh dukungan sosial, baik dari keluarga, teman, maupun lingkungan sekitar, cenderung mampu menghadapi tantangan dan kesulitan dalam menjalankan usaha mikro mereka dengan lebih baik. Dukungan sosial dalam bentuk motivasi, bantuan

moral, informasi, hingga jejaring bisnis terbukti mampu meningkatkan kepercayaan diri dan kemampuan mahasiswa dalam mengambil keputusan penting, merespon perubahan pasar, serta mengelola risiko usaha.

Penelitian ini konsisten dengan temuan Suparjo, Restu, dan Aditama (2023) yang membuktikan bahwa adanya dukungan sosial signifikan meningkatkan kinerja bisnis mahasiswa wirausaha. Dukungan sosial memperluas akses mahasiswa pada sumber daya, peluang pasar, dan transfer pengetahuan, sehingga mereka lebih siap menghadapi persaingan dan menciptakan inovasi bisnis. Hasil serupa ditemukan oleh Marzuki dan Amanda (2023) bahwa jejaring sosial dan bantuan emosional memiliki hubungan yang erat dengan peningkatan omset serta keberlanjutan usaha mikro mahasiswa, terutama pada fase awal pengembangan bisnis. Sementara itu, Pratiwi, Loria, dan Ridhwan (2024) menunjukkan dukungan sosial bukan hanya sekadar dorongan psikologis, tetapi juga berupa akses ke modal usaha, bimbingan, serta fasilitasi promosi yang berpengaruh langsung

pada pertumbuhan dan stabilitas usaha mikro mahasiswa.

Dengan demikian, dukungan sosial dapat dipandang sebagai variabel kunci yang memperkuat kapasitas wirausaha mahasiswa dalam membangun, mengelola, dan mengembangkan usaha mikro secara berkelanjutan. Temuan empiris ini menegaskan pentingnya menciptakan ekosistem kampus yang suportif dan mengedepankan kolaborasi antar mahasiswa, dosen, alumni, serta institusi eksternal, sehingga mahasiswa wirausaha dapat mengoptimalkan potensi mereka dan memberikan kontribusi maksimal terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.

Pengaruh Self Efficacy, Kreativitas dan Dukungan Sosial terhadap Kinerja Usaha Mikro Mahasiswa

Hasil penelitian ini secara jelas menunjukkan bahwa Self-Efficacy (X_1), Kreativitas (X_2), dan Dukungan Sosial (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha Mikro (Y) pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberhasilan dan peningkatan kinerja usaha mikro

tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor secara individual, tetapi merupakan hasil dari interaksi dan sinergi antara kepercayaan diri mahasiswa dalam menghadapi tantangan usaha, kemampuan untuk menciptakan solusi kreatif, serta dukungan sosial yang diterima dari lingkungan keluarga, teman, maupun masyarakat sekitar. Kombinasi ketiga faktor ini membentuk fondasi yang kuat bagi mahasiswa dalam mengelola, mengembangkan, dan mempertahankan keberlanjutan usahanya di tengah persaingan bisnis yang dinamis.

Penelitian ini selaras dengan hasil riset yang dilakukan oleh Suparjo, Restu, dan Aditama (2023), yang menunjukkan bahwa self-efficacy, kreativitas, dan dukungan sosial bersama-sama menjadi faktor signifikan yang menentukan performance usaha mikro mahasiswa. Ketiga variabel tersebut saling melengkapi self-efficacy memberikan keberanian mengambil risiko, kreativitas menawarkan solusi inovatif dan pengembangan produk, sementara dukungan sosial menyediakan jejaring, sumber daya, dan motivasi yang sangat diperlukan oleh wirausahawan pemula. Begitu

juga, studi Apriyani dan Wahyuni (2023) menegaskan bahwa integrasi antara efikasi diri, kreativitas, dan jaringan sosial mampu mempercepat pertumbuhan serta meningkatkan daya saing usaha mikro di kalangan wirausaha muda.

Sejalan dengan itu, penelitian Rizki, Hartantri, dan Rahmawati (2023) menyatakan bahwa kolaborasi dari ketiga variabel ini tidak hanya memperbaiki aspek pengelolaan usaha, tetapi juga secara langsung berdampak pada inovasi, kinerja keuangan, serta loyalitas pelanggan dalam bisnis mahasiswa. Ketiganya saling memperkuat sehingga mahasiswa pemilik usaha mikro lebih tangguh menghadapi dinamika pasar serta mampu mengeksplorasi potensi usaha yang lebih besar. Bukti empiris ini menegaskan pentingnya pengembangan program kewirausahaan di perguruan tinggi yang komprehensif, dengan menekankan penguatan self-efficacy, pembinaan kreativitas, serta penciptaan ekosistem sosial yang suportif bagi mahasiswa wirausaha.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan

pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Self-Efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha Mikro pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. Temuan ini mengonfirmasi bahwa keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan dirinya untuk mengatasi tantangan, mengambil keputusan, dan persisten dalam berwirausaha merupakan pendorong internal yang krusial bagi keberhasilan usaha yang mereka jalankan. Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha Mikro. Mahasiswa yang mampu menghasilkan ide-ide orisinal, berinovasi dalam produk atau layanan, dan menerapkan strategi pemasaran yang unik terbukti memiliki kinerja usaha yang lebih unggul. Kreativitas menjadi faktor pembeda yang vital dalam menciptakan keunggulan kompetitif di pasar. Dukungan Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha Mikro. Adanya dukungan, baik secara emosional, informasional, maupun instrumental dari lingkungan terdekat seperti keluarga, teman, dan civitas akademika, memberikan fondasi yang kuat bagi mahasiswa untuk bertahan

dan berkembang dalam menjalankan usahanya. Self-Efficacy, Kreativitas, dan Dukungan Sosial secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha Mikro. Kombinasi antara keyakinan diri yang kuat, kemampuan berpikir kreatif, dan ekosistem sosial yang suportif merupakan prediktor yang komprehensif bagi kinerja usaha mahasiswa. Ketiga faktor ini secara sinergis mampu menjelaskan 65,4% dari variasi kinerja usaha, menunjukkan bahwa perpaduan aspek psikologis, kognitif, dan sosial adalah kunci untuk mencapai kinerja usaha yang optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context: Update to the social psychology of creativity*. Boulder, CO: Westview Press.
- Anggadwita, G., Mulyaningsih, H. D., & Ramadani, V. (2021). The role of digital creativity in social media marketing: A study of Indonesian creative entrepreneurs. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the*

- Global Economy, 15(4), 544-560.
- Anwar, I., Ab Hamid, N. R., & Yusof, M. N. (2021). The role of entrepreneurial self-efficacy as a mediator in the relationship between entrepreneurial education and entrepreneurial intention. *Journal of Education for Business*, 96(5), 292-299.
- Aryani, L., & Lesmana, H. (2022). Self-efficacy dan kontribusinya dalam peningkatan kinerja usaha mikro mahasiswa wirausaha. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 5(3), 102–111.
- Astuti, W., & Kussudyarsana, K. (2022). Challenges and strategies of student entrepreneurs in managing their business. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(1), 1-8.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York, NY: W.H. Freeman.
- Caliendo, M., Kritikos, A., Rodriguez, D., & Stier, C. (2023). Self-efficacy and entrepreneurial performance of start-ups. *Small Business Economics*, 61(2), 345-367.
- Cohen, S., & Wills, T. A. (1985). Stress, social support, and the buffering hypothesis. *Psychological Bulletin*, 98(2), 310–357.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Firmansyah, A., Rusliana, E., & Triyanto, A. (2022). The effect of entrepreneurial self-efficacy on student business performance. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(2), 345-355.
- Garaika, G., & Darwanto, D. (2021). The role of university support on students' entrepreneurial performance. *International Journal of Higher Education*, 10(5), 112-121.
- Garren, S. T., & Cleathero, L. A. (2024). A comparison of sample size formulas for infinite populations. *Journal of*

- Statistics Education, 32(1), 45-56.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gielnik, M. M., Bledow, R., & Stark, M. (2020). A dynamic account of self-efficacy in entrepreneurship. *The Journal of Applied Psychology*, 105(5), 487-504.
- Gielnik, M. M., Zacher, H., & Frese, M. (2012). Focus on opportunities as a mediator of the relationship between business owners' creativity and venture growth. *Journal of Business Venturing*, 27(1), 123-136.
- Ikhsan, M., & Hidayat, R. (2022). The influence of social support on the business performance of student entrepreneurs in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 25(S1), 1-12.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). *Laporan Tahunan Perkembangan Kewirausahaan Nasional*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia.
- Khedhaouria, A., Gurau, C., & Torrès, O. (2015). Creativity, self-efficacy, and small-firm performance: The mediating role of entrepreneurial orientation. *Small Business Economics*, 44(3), 485-504.
- Li, C., Chen, J., & Kuan, Y. (2019). The effects of creativity and entrepreneurial orientation on new venture performance. *Journal of Small Business Management*, 57(S2), 524-542.
- Majdina, N., Sari, D. P., & Rahman, A. (2024). Determining sample size for infinite population in social research. *International Journal of Social Research Methodology*, 27(2), 112-120.
- Marzuki, M., & Amanda, P. (2023). Pengaruh dukungan sosial dan kreativitas terhadap kinerja bisnis mahasiswa wirausaha. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 11(1), 50-60.

- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., & Cohen, M. (2019). A meta-analytic review of the relationship between entrepreneurship and subjective well-being. *Journal of Business Venturing*, 34(4), 708-731.
- Noor, N. H. M., Fuzi, A. M., & El Ashfahany, A. (2023). Institutional support and self-efficacy as catalysts for new venture performance: a study of iGen entrepreneurs. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 12(3), 456-478.
- Nowiński, W., & Haddoud, M. Y. (2019). The role of social support for entrepreneurial intentions and behaviors of young adults. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(4), 543-562.
- Pratiwi, Y., Loria, R. N., & Ridhwan, M. (2024). The role of social support in enhancing micro business performance among university students. *International Journal of Entrepreneurship and Business*, 19(2), 75–85.
- Purnomo, B. R., & Lestari, S. D. (2023). Digital literacy and its impact on student-run business performance. *Procedia Computer Science*, 216, 124-131.
- Sari, I. M., & Yuliana, D. (2023). Self-efficacy, inovasi, dan keberhasilan bisnis mahasiswa pelaku usaha mikro di Sumatera Barat. *Jurnal Entrepreneur dan Pendidikan*, 7(1), 19–29.
- Setiyawami, S., Setyawati, A., Lestari, D. S., Wakhyuni, E., & Syamsuddin, S. (2023). Innovative work behavior analysis of MSME employees: The role of creative self-efficacy, organizational culture and psychological empowerment as predictors. *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 1(2), 45-60.
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and

- environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386-399.
- Stroe, S., Parida, V., & Wincent, J. (2018). The role of social support in the startup process of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Research*, 90, 105-115.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparjo, S., Restu, G. P., & Aditama, E. (2023). Student self-efficacy, creativity and social support in shaping micro business performance. *Entrepreneurship Research Journal*, 13(2), 122–138.
- Suryana, A., & Bayu, A. (2021). Factors influencing the success and failure of student entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 43(4), 496-512.
- Wardana, L. W., Nida, N., & Putri, Y. M. (2020). The role of creativity and innovation in improving the performance of student entrepreneurs. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 431, 245-249.
- Yodchai, N., Ly, P., & Tran, L. T. T. (2022). Co-creating creative self-efficacy to build creative performance and innovation capability for business success: A meta-analysis. *Creativity Studies*, 15(1), 1-15.
- Zakaria, M., Marzuki, M., Nik Abdul Majid, W. Z., Kamal Nasser, S. D. T., & Ahmad, J. H. (2025). Financial literacy, digital adoption, social persuasion and entrepreneurial business performance towards achieving sustainable development goals of decent works & economic growth: Self-efficacy as a mediator. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 3(1), 22-38.