

APAKAH KREATIVITAS, KECERDASAN EMOSIONAL DAN PERILAKU INOVATIF BERPENGARUH TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA

Michael Marcopolo¹⁾, Rina Anindita²⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul Jakarta

Jl. Arjuna Utara No.9, Duri Kupa, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta - 11510

marcopoloalbert78@student.esaunggul.ac.id1

ABSTRAK

Kreativitas, kecerdasan emosional dan perilaku inovatif menjadi faktor penting untuk bisa menjelaskan seberapa besar intensi mahasiswa untuk berwirausaha. Apalagi banyaknya lulusan baru dan kurangnya ketersediaan lapangan pekerjaan sehingga menimbulkan persaingan ketat dalam memperoleh pekerjaan dan meningkatnya angka pengangguran di usia muda. Sehingga dalam hal ini penelitian memiliki tujuan untuk melihat keterkaitan antara kreativitas, kecerdasan emosional, perilaku inovatif dan intensi berwirausaha. Pada penelitian ini menggunakan 4 variabel yaitu kreativitas, kecerdasan emosional, perilaku inovatif dan intensi berwirausaha. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 97 responden. Data pada penelitian ini yaitu data primer dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner menggunakan *skala likert* 5 point dengan mengukur 52 pertanyaan. Data dianalisis dengan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha, kecerdasan emosional berpengaruh terhadap intensi berwirausaha, dan perilaku inovatif berpengaruh terhadap intensi berwirausaha.

Kata Kunci : Kreativitas, Kecerdasan Emosional, Perilaku Inovatif, Intensi Berwirausaha

ABSTRACT

Creativity, emotional intelligence and innovative behavior are important factors to be able to explain how intense students are to entrepreneurship. Moreover, the number of new graduates and the lack of availability of jobs, causing intense competition in obtaining jobs and increasing unemployment at a young age. So in this case the research has the goal to see the relationship between creativity, emotional intelligence, innovative behavior and entrepreneurship intentions. The study used four variables: creativity, emotional intelligence, innovative behavior and entrepreneurship intentions. The data collection technique used questionnaires distributed to 97 respondents. The data in this study is primary data collection through questionnaire dissemination using a 5-point likert scale by measuring 52 questions. The data was analyzed using multiple linear regressions. The results showed that creativity had no effect on entrepreneurship intentions, emotional intelligence had an effect on entrepreneurship intentions, and innovative behaviors had an effect on entrepreneurship intentions.

Keywords : *Creativity, Emotional Intelligence, Innovative Behavior, Entrepreneurship Intentions*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan masyarakat di Indonesia hingga kini semakin pesat, sehingga banyak masyarakat yang kesulitan memperoleh pekerjaan karena banyaknya pesaing. Bahkan lulusan baru, seperti akademisi, tidak mendapat informasi yang baik tentang ketersediaan lapangan kerja dan kurangnya kesadaran lulusan baru dalam hal penciptaan lapangan kerja. Jumlah mereka juga menjadi masalah (Yohanna & Wijono, 2016). Universitas memainkan peran penting dalam pengembangan jiwa kewirausahaan dengan menerapkan konten bisnis ke dalam kurikulum. Dalam melakukannya, perguruan tinggi memiliki tugas untuk lebih memahami dan mendorong aspirasi kewirausahaan bagi siswa melalui teknik dan taktik yang berbeda (Almaidah & Sriyanto, 2018). Dalam hal ini mahasiswa harus mempunyai minat yang kuat dalam berwirausaha agar dapat

menerapkan pembelajaran yang sudah diperoleh selama masa perkuliahan, selain itu mahasiswa berwirausaha bisa menciptakan lapangan kerja baru serta berinovasi terhadap kemajuan teknologi dan menumbuhkan perekonomian menjadi lebih baik.

Wirausaha menjadi peran penting untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia karena dengan berwirausaha menjadikan masyarakat Indonesia lebih kreatif dan mandiri. Dengan adanya wirausaha masyarakat Indonesia menjadi lebih kreatif dalam menyampaikan ide- idenya melalui produk-produk yang dihasilkan (Rimadani & Murniawaty, 2019). Kewirausahaan adalah suatu metode pengambilan risiko dengan menggunakan sarana untuk menciptakan perusahaan baru atau menggunakan strategi inovasi untuk memastikan bahwa perusahaan yang dikelola tidak otonom dalam menghadapi persaingan dan kesulitan yang diandalkan oleh pemerintah atau pihak lain (Hadiyati, 2011). Dorongan dan keinginan untuk segera mendemonstrasikan hasil pengetahuan dan informasi melahirkan rasa ingin tahu wirausaha. (Murniati *et al.*, 2019).

Intensi berwirausaha menjadi sangat menarik untuk dibahas karena di masa seperti ini banyak generasi muda terutama lulusan baru yang masih bingung untuk meneruskan keinginannya setelah lulus dari universitas. Oleh karena itu peneliti mengambil topik kewirausahaan karena diharapkan para generasi millennial sekarang dan lulusan baru mampu menciptakan suatu karya yang menarik dan berinovasi pada kecanggihan teknologi dan era globalisasi. Kecerdasan emosional pun harus dimiliki oleh semua wirausahawan tak terkecuali generasi muda yang ingin terjun ke dunia wirausaha. Dengan mempunyai kecerdasan emosional diharapkan mampu menerima kritikan atas suatu karya yang diciptakan dan bisa mampu membangun motivasi diri atas kritikan dan masukan dari orang lain.

Karyaningsih & Wibowo (2017) Penelitian di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta menunjukkan bahwa korelasi yang kuat antara kreativitas dan kewirausahaan terbentuk karena kreativitas dapat membantu seorang wirausahawan menemukan masalah, mengembangkan ide dan gagasan, kemudian mengubah gagasan tersebut menjadi keuntungan dan pada akhirnya mempertahankan suatu. Murniati *et al.* (2019) Penelitian yang telah dilakukan terhadap mahasiswa ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang menunjukkan bahwa kreativitas memiliki pengaruh besar terhadap minat berwirausaha, yang terdiri dari berbagai indikator: keterbukaan, rasa ingin tahu, perbedaan sudut pandang, penerimaan dan keyakinan..

Hasby *et al.* (2015) Universitas Tadulako telah meneliti mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi dan telah menyatakan bahwa pengaruh kecerdasan emosional terhadap minat perusahaan adalah signifikan dan diukur dengan indikator pengenalan emosi otomatis, motivasi emosional, motivasi emosional, kesadaran emosional dan hubungan. Semakin banyak pemahaman emosional pembelajar yang dimilikinya, semakin besar tujuannya untuk berwirausaha. Halimah *et al.* (2018) Penelitian pada mahasiswa sistem informasi semester IV Universitas Darwan Ali menunjukkan bahwa minat berwirausaha dipengaruhi oleh kecerdasan emosional. Di bidang bisnis, diperlukan kecerdasan dalam mencari informasi, sehingga peluang yang ada dapat diidentifikasi dan kemampuan untuk mengatur diri dalam pengelolaan risiko.

Sugiarto & Widjaja (2020) telah melakukan penelitian pada mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara dan menunjukkan hasil bahwa kecerdasan emosional berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha karena semakin baik pola pikir wirausaha maka semakin baik pengendalian emosi dalam dirinya dan mampu meningkatkan kemampuan dalam pikiran. Studi berikut melihat efek pada penghormatan pada siswa yang mengambil kewirausahaan di Indraprasta, Universitas PGRI, dari kecerdasan emosi dan kreativitas dan mengindikasikan bahwa kecerdasan emosi tinggi memungkinkan siswa untuk membuat pilihan yang mereka inginkan dalam bisnis dan kecerdasan emosional. Siswa dapat memengaruhi niat bisnis secara tidak langsung, oleh karena itu kecerdasan emosional dan kreativitas dapat memberikan kontribusi dan mempengaruhi niat kewirausahaan bersama-sama (Yohanna & Wijono, 2016)

Chavez (2020) telah melakukan penelitian pada beberapa perusahaan tekstil di kota La Victoria mengenai perilaku inovatif yang memediasi hubungan antara efikasi diri wirausaha dengan

niat wirausaha hasil menunjukkan bahwa hubungan mediasi tersebut berpengaruh positif dan signifikan artinya kemampuan pemecahan masalah seseorang dipengaruhi oleh perilaku inovatif tepatnya dalam bidang bisnis.

Namun sayangnya, penelitian terdahulu mengenai kreativitas, kecerdasan emosional, dan intensi berwirausaha sudah banyak dilakukan, Namun, penelitian ini membedakannya dari penelitian sebelumnya adalah belum banyak penelitian yang menggunakan variabel perilaku inovatif dalam topik intensi berwirausaha dan belum banyak penelitian tentang kreativitas, kecerdasan emosional, dan perilaku inovatif secara bersamaan dalam satu penelitian.

Universitas Esa Unggul sebagai salah satu kampus yang mempunyai *motto Entrepreneurship and Creativity* mempunyai peranan penting dalam mendidik para mahasiswanya untuk bisa berkarya menciptakan suatu kreativitas di dunia kewirausahaan untuk mengembangkan perekonomian Indonesia menjadi lebih produktif dan lebih berkembang.

Berdasarkan kesenjangan penelitian di atas maka tujuan dari penelitian yang akan dilakukan yaitu mengenai pengaruh kreativitas, kecerdasan emosional dan perilaku inovatif terhadap intensi berwirausaha.

TINJAUAN PUSTAKA

Kreativitas

Kreativitas produk atau inisiatif proses yang membantu, akurat, benar dan bermanfaat untuk tugas yang lebih heuristik yang merupakan panduan yang tidak didukung, instruksi atau panduan yang akan membantu kami dalam memahami, mempelajari dan menemukan sesuatu yang baru (Hadiyati, 2011). Menurut Listiani (2014) Mendefinisikan kreativitas sebagai kapasitas untuk membayangkan hal konstruktif dan khas, untuk menciptakan individu. Kapasitas seseorang untuk menghasilkan ide dan hal-hal aktual adalah kreativitas. Kreativitas juga dapat meningkatkan keterlibatan siswa dalam kewirausahaan (Murniati *et al.*, 2019).

Menurut Yohanna & Wijono (2016) menjelaskan kreativitas dari pertemuan lingkungan pribadi yang berbeda. Kreativitas mewakili keterampilan, fleksibilitas, orisinalitas pemikiran dan kapasitas untuk interpretasi (pengembangan, keunggulan, deskripsi). Kreativitas usaha adalah salah satu faktor yang mendukung minat berwirausaha, sebagai wirausaha memiliki kreativitas dan jiwa inovatif, para wirausaha akan berfikir untuk mencari atau menciptakan peluang baru agar lebih baik dan memanfaatkan sumber daya alam sebagai jenis usaha baru yang dapat menambah lapangan pekerjaan (Cahyono & Umam, 2017).

Menurut Jamridafrijal (2010) dalam (Kurjono, 2017) Pengembangan dimensi kreativitas: dimensi pribadi dengan indikator fleksibel, fantasi dan imajinasi, keterbukaan terhadap pengalaman, keterlibatan tugas, kebebasan untuk penilaian, kepercayaan diri, kebebasan berbicara dan berekspresi dan kegiatan kreatif. Dimensi proses dengan indikator kelancaran dalam pemikiran, keaslian dalam pemikiran dan fleksibilitas dalam pemikiran. Dimensi pendorong dengan indikasi untuk dukungan keluarga dan dukungan universitas. Dimensi produk dengan indikator manajemen sumber baru, pengembangan sumber baru, penyelesaian masalah dan kebutuhan situasional.

Kecerdasan Emosional

Kewirausahaan juga tidak lepas dari kecerdasan emosional. Menurut Salma Abdullah & La Ode Sumail (2019) mendefinisikan bahwa kecerdasan emosional adalah konstruksi emosional dan kemampuan sosial yang terhubung dengan kehidupan manusia. Lain halnya menurut Andriani (2014) dalam (Irawati & Fauziah, 2018) menjelaskan bahwa kecerdasan emosional dapat mengembangkan sikap dan karakter individu, karena siapa pun dengan kecerdasan emosional dapat mengidentifikasi perasaan mereka, memotivasi diri mereka sendiri, dan memperhatikan lingkungan sosial mereka.

Ramdhan (2016) mengatakan bahwa orang yang memiliki kecerdasan emosional mampu menghadapi dan merespons tantangan dan menjadikan pribadi yang bertanggung jawab, produktif dan optimis dalam mengendalikan maupun menyelesaikan masalah. Menurut Ekowati *et al.* (2020) mengatakan Pemahaman emosional bahwa seseorang telah mempengaruhi karakter individu dalam interaksi mereka dengan masyarakat dan lingkungan dan dalam kapasitas mereka untuk mengelola situasi yang mempengaruhi kinerja mereka. Oriarewo *et al.* (2014) mengatakan bahwa kecerdasan emosional mempunyai peran penting dalam kewirausahaan seperti mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang, memperoleh keuangan, pengambilan keputusan, memilih mitra bisnis, memilih, membangun dan memelihara hubungan dengan karyawan dan memimpin organisasi.

Mishra & Vashist (2014) mengembangkan dimensi kecerdasan emosional yaitu Kesadaran diri dengan indikator merefleksikan kepercayaan diri, kesadaran emosi diri, penilaian terhadap diri secara nyata dan kesenangan diri. Kontrol diri dengan indikator merefleksikan sifat dapat dipercaya, kecermatan, adaptabilitas, dan kendali diri. Motivasi dengan indikator komitmen, inisiatif dan optimisme. Empati dengan indikator pemahaman mengenai perasaan orang lain, orientasi pelayanan dan membangun keragaman dan Keterampilan Sosial dengan indikator kecakapan dalam mengelola hubungan dan kemampuan untuk membangun hubungan.

Perilaku Inovatif

Dalam hal kewirausahaan hal terpenting yang harus dimiliki ialah mindset yang positif serta perilaku yang inovatif. Penelitian yang dilakukan Amalya (2019) menyatakan perilaku kreatif itu, dalam bentuk produk / layanan yang dapat memberikan nilai tambah sosial dan keuangan, menciptakan dan memberi gats sesuatu yang baru. Menurut Pramadani & Fajrianti (2012) Menentukan kegiatan kreatif sebagai tindakan unik yang berkaitan dengan aspek-aspek baru dan menguntungkan seperti ide produk atau teknologi untuk alur kerja yang lebih khusus untuk meningkatkan produktivitas dan efektivitas. Helmi (2015) mengatakan perilaku inovatif dalam hal kewirausahaan merupakan perilaku yang menemukan dan menggabungkan barang atau jasa baru untuk menciptakan nilai dan menawarkan keunggulan.

Menurut Chavez & Guevara (2020) mengidentifikasi proses tiga lapis perilaku inovatif. Mereka menemukan bahwa pada tahap pertama, sebuah individu mengidentifikasi masalah dan menyajikan ide, baik yang diadopsi atau baru, untuk dipecahkan masalah. Pada tahap kedua, individu berusaha mencari dukungan untuk idenya di dalam dan di luar organisasi. Pada tahap akhir, prototipe individu miliknya ide dan menunjukkan bagaimana ide tersebut dapat bermanfaat bagi organisasi.

Menurut Kleysen & Street (2001) dalam (Agustina, 2020) menguraikan aspek-aspek perilaku inovatif : faktor-faktor berikut menunjukkan *exploration*: perhatikan sumber peluang, mengidentifikasi peluang, bertukar informasi tentang kemungkinan. Kemudian *generativity* dievaluasi oleh indikator berikut: pengembangan ide yang memiliki potensi, citra dan klasifikasi konsep, kombinasi ide dan informasi. Indikator indikator mengukur *formative investigation*: Uji gagasan dan solusi masalah, keaslian ide, penilaian konsep dan penyelesaian masalah. Indikator berikut digunakan untuk menilai *championing*: penggunaan sumber daya yang berbeda, meyakinkan dan memengaruhi orang lain, mengambil tantangan dan risiko menghadapi risiko. Indikasi berikut ini diterapkan pada *application*: penerapan konsep perubahan menjadi orientasi yang lebih menguntungkan, perubahan gagasan dalam penerapan ide-ide baru, rutinitas inovasi untuk meningkatkan proses, teknologi, barang, dan layanan dalam kegiatan sehari-hari.

Intensi Berwirausaha

Handaru *et al.* (2015) mengatakan intensi sebagai komponen yang ada pada seseorang yang mempunyai tekad dan motivasi untuk melakukan tingkah laku tertentu. Menurut Kasmir (2009) dalam (Irwansyah & Subiyantoro, 2018) Karakteristik kewirausahaan adalah individu yang tidak berperasaan dan menghadapi bahaya melakukan bisnis pada waktu yang berbeda. Jiwa kewirausahaan menumbuhkan minat seseorang untuk memebentuk dan mengorganisasikan usaha secara profesional. Menurut Wijaya & Budiman (2013) dalam (Yohanna & Wijono, 2016) Definisi kewirausahaan yang intens adalah keinginan individu untuk melakukan kegiatan komersial melalui

penciptaan barang atau jasa melalui kemungkinan bisnis dan risiko. Nizma & Siregar (2018) Mengatakan bahwa seseorang dengan keinginan untuk mendirikan perusahaan lebih mampu percaya, tumbuh dan mengelola bisnisnya dibandingkan dengan seseorang yang tidak mau memulai bisnis.

Amalya (2019) mengatakan kewirausahaan dilihat sebagai suatu hal yang melingkupi penggunaan peluang-peluang yang muncul di pasar atau di dunia kerja. Menurut Khoerunnisa & Zain (2014) mendefinisikan intensi berwirausaha sebagai suatu keinginan dan keputusan individu untuk menjadi seorang wirausahawan dengan melakukan kegiatan kewirausahaan, mengekspresikan inovasi dari usaha yang sudah ada, serta menciptakan strategi dalam memulai dan menjalankan usaha tersebut.

Menurut Vemmy (2013) mengembangkan dimensi untuk kewirausahaan yaitu keinginan ini adalah sesuatu yang ditemukan pada seseorang yang ingin mendirikan perusahaan dengan dedikasi dan dorongan. Preferensi adalah seseorang yang berpikir bahwa harapan dan minat harus direalisasikan dengan mengoperasikan perusahaan secara mandiri. Rencana mengarah pada rencana dan tujuan untuk memulai sebuah perusahaan di masa depan pada seseorang. Perilaku harapan adalah upaya untuk membuat dengan mengikuti tujuan bagi perusahaan.

HUBUNGAN ANTAR VARIABEL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Hubungan antara Kreativitas dengan Intensi Berwirausaha

Menurut Karyaningsih & Wibowo (2017) Penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa di Fakultas Ekonomi di Jakarta State University telah menunjukkan bahwa ada hubungan penting antara kreativitas dan kewirausahaan karena kreativitas dapat membantu wirausahawan untuk menemukan masalah, mengembangkan ide dan ide-ide ini secara berurutan untuk menghasilkan keuntungan dan akhirnya mempertahankan keberadaan. Djohan (2021) Penelitian tentang Siswa PSAK Semarang SMA 2 telah menunjukkan bahwa kreativitas memiliki dampak substansial pada ambisi kewirausahaan pada siswa. Jika siswa memiliki penemuan yang sangat baik, penguatan kewirausahaan dapat mempengaruhi siswa. Selanjutnya pada penelitian Irwansyah & Subiyantoro (2018) penelitian tersebut mengklaim bahwa tujuan pendidikan ekonomi siswa yang melakukan STKIP PGRI di Tulungagung secara signifikan dipengaruhi oleh kreativitas. Temuan ini mengungkap bahwa kreativitas memiliki dampak besar pada niat bisnis.

H1: Kreativitas berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha

Hubungan antara Kecerdasan Emosional dengan Intensi Berwirausaha

Archana & Kumari (2018) melakukan penelitian kecerdasan emosional pada mahasiswa manajemen program pascasarjana di chennai. Temuan menunjukkan bahwa dampak kecerdasan emosional pada aspirasi kewirausahaan substansial. Kapasitas kecerdasan emosional sebagai penentu utama yang memengaruhi pandangan pengusaha sukses ditampilkan. Menurut Mortan *et al.* (2014) mengatakan bahwa kecerdasan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kewirausahaan di mediasi oleh efikasi diri artinya bahwa artinya kecerdasan emosional menjadi faktor penting bagi wirausahawan untuk mengembangkan keterampilan, mengelola dan menggunakan emosi dalam situasi menantang yang ditimbulkan dalam proses kewirausahaan. Dan didukung oleh penelitian Yohanna & Wijono (2016) Kecerdasan emosional ini memiliki dampak besar pada niat kewirausahaan pada siswa yang mengambil pelatihan sarjana di universitas Indraprasta PGRI, yang akan berarti bahwa seorang siswa dikatakan memiliki kecerdasan afektif jika ia dapat mengidentifikasi potensi bakat dan dapat memandu dirinya dalam pekerjaan.

H2: Kecerdasan Emosional berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha

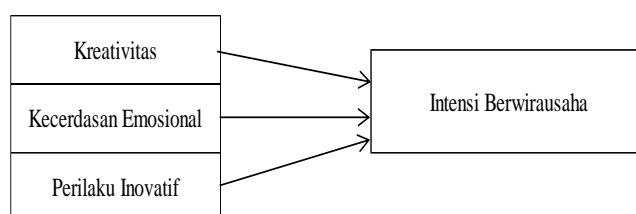
Hubungan antara Perilaku Inovatif dengan Intensi Berwirausaha

Perilaku inovatif dilakukan karena didukung oleh adanya rasa cinta pada kegiatan bisnis (Helmi, 2015). Chavez (2020) telah melakukan penelitian pada beberapa perusahaan tekstil di kota La Victoria mengenai perilaku inovatif yang memediasi hubungan antara efikasi diri wirausaha dengan niat wirausaha hasil menunjukkan bahwa hubungan mediasi tersebut berpengaruh positif dan signifikan artinya kemampuan pemecahan masalah seseorang dipengaruhi oleh perilaku inovatif tepatnya dalam bidang bisnis.

H3: Perilaku Inovatif berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha

MODEL PENELITIAN

Dalam hubungan antara variabel yang akan dipelajari, model penelitian yang baik menjelaskan, bertujuan untuk memudahkan dalam memperoleh pemahaman tentang arah penelitian. Sehingga dari hubungan antar variabel berdasarkan tinjauan diatas, maka model penelitian ini disajikan sebagai berikut.



Gambar 1. Model Hipotesis Penelitian

METODE PENELITIAN

Pengukuran

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen yaitu kreativitas, kecerdasan emosional dan perilaku inovatif dan satu variabel dependen yaitu intensi berwirausaha. Pengukuran variabel kreativitas menggunakan dimensi Jamridafrijal (2010) dalam (Kurjono, 2017) yang terdiri dari pribadi, proses, pendorong dan produk. Pengukuran variabel kecerdasan emosional menggunakan dimensi Mishra & Vashist (2014) yang terdiri dari kesadaran diri, kontrol diri, motivasi, empati dan keterampilan sosial. Pengukuran variabel perilaku inovatif menggunakan dimensi Kleysen & Street (2001) dalam (Agustina, 2020) yang terdiri dari *Exploration, Generativity, Formative Investigation, Championing* dan *Application*. Pengukuran variabel intensi berwirausaha menggunakan dimensi Vemmy (2013) yang terdiri dari keinginan, preferensi, rencana dan perilaku harapan.

Desain Penelitian

Desain penelitian yang penulis tetapkan adalah desain penelitian kuantitatif korelasional. Menurut Arikunto (2013) dalam (Djohan, 2021) Studi korelasi adalah strategi penelitian yang dilakukan untuk menentukan sejauh mana dua atau lebih variabel berhubungan, tanpa mengubah atau menambahkan data saat ini. Faktor-faktor yang dijelaskan dalam penelitian ini independen, yaitu kreativitas, kecerdasan emosional, dan perilaku inovatif dan variabel dependen yaitu intensi berwirausaha. Desain penelitian ini menggunakan pengukuran survei menggunakan alat pengumpulan data menggunakan kuesioner menggunakan penyebaran secara online yang akan disebar sebanyak satu kali, yang mana data-data yang sudah dikumpulkan dari skor jawaban para responden. Data survei yang disertakan pada kuesioner adalah data primer, yang berarti data yang awalnya terdaftar dan diperoleh dengan tujuan tertentu dari sumber asli.

Populasi dan Sampel

Seluruh topik penelitian terdiri dari masyarakat umum. Penelitian ini ditentukan populasi yaitu seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul Semester Genap tahun ajaran 2020

yang berjumlah sebanyak 2652 mahasiswa. Penentuan jumlah sampel menggunakan pengukuran rumus Slovin sebagai berikut: $2652 / (1 + 2652 \times 10\%^2) = 96,36 > 97$. Jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 97 mahasiswa. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, juga dikenal sebagai teknik pemilihan sampel, di mana peneliti menetapkan kriteria sendiri untuk memilih anggota populasi yang dianggap mampu memberikan informasi yang diperlukan atau unit sampel yang memenuhi kriteria spesifik yang diinginkan peneliti. Peneliti menggunakan penelitian ini untuk menetapkan ukuran sampel yang akan digunakan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Ini adalah kriteria: mahasiswa sarjana yang telah mengambil kelas kewirausahaan.

Metode Analisis Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala yang digunakan untuk menyusun kuesioner yaitu skala likert. Oleh karena itu diperlukan adanya alat ukur untuk mengukur validitas dan reliabilitas yang dilakukan dengan sampling Korelasi *Product Moment* dan uji reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Dalam penelitian ini menggunakan Uji T yaitu untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya dan menggunakan Uji F untuk menguji keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikatnya secara bersama-sama. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu Regresi Linear Berganda.

HASIL

Analisis Demografi Responden

Responden pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul Semester Genap tahun ajaran 2020 yang berjumlah 2652 mahasiswa. Dengan penghitungan rumus Slovin mendapatkan jumlah sampel sebanyak 97 mahasiswa dengan 52 pertanyaan, identitas responden hanya meliputi jenis kelamin. Dalam hal tersebut data didapatkan dari data primer yang diolah oleh peneliti hasil tersebut bisa dilihat pada lampiran 4.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pengujian uji validitas dan uji reliabilitas kuesioner awal (*pre-test*) yang dilakukan terhadap 30 responden pertama dengan jumlah pertanyaan dalam kuesioner sebanyak 52 pertanyaan dibagi menjadi 4 variabel yaitu Kreativitas (X1) sebanyak 17 pertanyaan, Kecerdasan Emosional (X2) sebanyak 16 pertanyaan, Perilaku Inovatif (X3) sebanyak 15 pertanyaan dan Intensi Berwirausaha (Y) sebanyak 4 pertanyaan yang dimana semua pertanyaan dinyatakan valid dan signifikan $< 0,05$. Selanjutnya, untuk pengujian reliabilitas yang dilakukan dengan *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel dinyatakan reliabel, karena telah memenuhi syarat reliabel yaitu nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,60. Dengan nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel yaitu Kreativitas (0,913), Kecerdasan Emosional (0,866), Perilaku Inovatif (0,930), dan Intensi Berwirausaha (0,772). (Hasil dapat dilihat pada lampiran 5).

Analisis Uji Model Penelitian

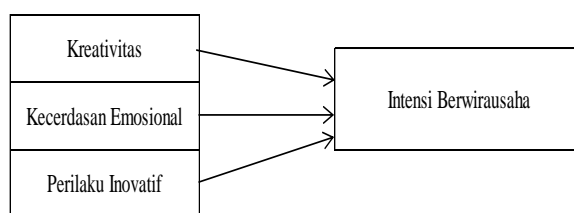
Skor R2 mengungkapkan hasil pemeriksaan tes struktural. Dalam setiap persamaan, nilai R2 menunjukkan seberapa baik variabel independen mampu menjelaskan ketergantungan variabel dependen. Kreativitas, kecerdasan emosional, dan perilaku kreatif adalah semua faktor yang ketika digabungkan, berdampak pada ambisi kewirausahaan, menurut temuan penelitian. Artinya, bahwa variabel kreativitas, kecerdasan emosional, dan perilaku inovatif dapat menjelaskan intensi berwirausaha mahasiswa sebesar 25,2%, sedangkan 74,8% dijelaskan oleh faktor intensi berwirausaha lain yang tidak terdapat pada penelitian ini. (Hasil dapat dilihat pada lampiran 7).

Analisis Kesesuaian Seluruh Model

Analisis kesesuaian model dapat dilihat dari hasil uji F. Uji F berfungsi untuk melihat kesesuaian model regresi linear berganda sudah tepat atau belum. Hasil analisis menunjukkan nilai uji F sebesar 11,800 dengan nilai Sig. F $> 0,05$ yaitu sebesar 0,000. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi linear berganda antara variabel independen (kreativitas, kecerdasan emosional, dan

perilaku inovatif) terhadap variabel dependen (intensi berwirausaha) sudah tepat. (Hasil dapat dilihat pada lampiran 7).

Metode analisis data pada penelitian ini dimulai dengan melakukan regresi terhadap model sebagai berikut :



Gambar 2. Kerangka Penelitian

Sumber: Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan Gambar 2 kerangka penelitian, didapat hasil R² sebesar 0,252 yang mengartikan bahwa variabel kreativitas, kecerdasan emosional dan perilaku inovatif dapat menjelaskan intensi berwirausaha mahasiswa sebesar 25,2%. Selanjutnya, didapat hasil pengujian hipotesis yang tersaji dalam tabel berikut: (Hasil dapat dilihat pada lampiran 7).

Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Signifikasi T-Value	Keterangan
H1	Kreativitas berpengaruh terhadap intensi berwirausaha	0,243	Data tidak mendukung
H2	Kecerdasan emosional berpengaruh terhadap intensi berwirausaha	0,002	Data mendukung hipotesis
H3	Perilaku inovatif berpengaruh intensi berwirausaha	0,044	Data mendukung hipotesis

Sumber: Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan hasil signifikansi *T-Value* yang diperoleh, variabel kreativitas (H1) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha sebesar 0,243. Sedangkan variabel kecerdasan emosional dan perilaku inovatif masing-masing mempunyai pengaruh signifikan karena nilai *T-Value* < 0,05. Berdasarkan kerangka penelitian yang sudah ditentukan, maka persamaan regresi pada penelitian ini sebagai berikut

$$Y = 1,690 + 0,126X_1 + 0,373X_2 + 0,220X_3$$

DISKUSI

Berdasarkan hasil penelitian, kreativitas tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Telah ditemukan bahwa temuan penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya (Karyaningsih & Wibowo, 2017) Hal ini menunjukkan bahwa aspirasi kewirausahaan dipengaruhi oleh pemikiran kreatif. Akibatnya, dengan menggunakan imajinasinya, seorang wirausahawan dapat mengidentifikasi kesulitan yang dia hadapi serta kemungkinan yang berbeda untuk kemajuan perusahaannya. Namun dalam konteks kewirausahaan, kreativitas diharapkan akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi mahasiswa untuk memulai suatu bisnis. Hasil ini mencerminkan bahwa mahasiswa Universitas Esa Unggul memiliki keberanian yang kuat dan kepercayaan diri untuk memulai suatu bisnis tanpa adanya kreativitas. Kemungkinan lain ialah mahasiswa Universitas Esa Unggul banyak mendengar kisah inspiratif dari pengusaha sukses yang memulai bisnisnya dengan adanya keberanian dan sikap yang baik dan lebih termotivasi untuk memulai suatu bisnis tanpa adanya pemikiran kreatif. Ini dikarenakan pada zaman sekarang

mahasiswa cenderung hanya melihat situasi yang tren dan langsung berani mengambil tindakan tanpa berfikir resiko serta cara berinovasi dengan hal-hal yang menarik.

Menurut temuan penelitian ini, kecerdasan emosional memiliki pengaruh yang besar dan signifikan secara statistik terhadap aspirasi kewirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kecerdasan emosional siswa terhadap tujuan berwirausahanya, maka semakin kuat pula kemauan siswa untuk berwirausaha sebagai jalur karir. Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya (Yohanna *et al.*, 2016) Menurut teori ini, kecerdasan emosional memiliki dampak positif dan substansial terhadap tujuan dan perilaku kewirausahaan. Oleh karena itu, seseorang dengan kecerdasan emosional mampu mengenali dan mengelola emosi dengan tetap menjaga sikap yang baik dalam menghadapi tantangan dalam bisnis. Mahasiswa Esa Unggul Fakultas Ekonomi dan Bisnis sudah mempunyai tingkat kecerdasan emosional yang baik, hal ini terjadi karena seluruh mahasiswa mudah sekali untuk berkomunikasi dengan orang banyak dan bisa menerima segala kritikan dari orang lain, dan menjadikan kritikan tersebut sebagai suatu hal yang penting untuk melakukan sesuatu terutama dalam hal memulai suatu bisnis.

Selanjutnya, menurut penelitian ini, aspirasi kewirausahaan mahasiswa dipengaruhi oleh aktivitas kreatif mereka dengan cara yang baik dan substansial. Telah ditunjukkan bahwa aktivitas inovatif mahasiswa memiliki dampak besar pada ambisi kewirausahaan mereka. Oleh karena itu, seorang mahasiswa harus memiliki jiwa dan perilaku yang dapat memunculkan ide dan mengembangkan ide tersebut menjadi suatu inovasi untuk membuat dan mengembangkan suatu usaha yang sedang direncanakan atau dijalankan. Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya (Novariana & Andrianto, 2020) Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku inovatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha siswa, dan dapat disimpulkan bahwa seseorang yang berperilaku inovatif akan memiliki niat berwirausaha yang kuat untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan di masa depan. Perilaku yang ditunjukkan mahasiswa Universitas Esa Unggul Fakultas Ekonomi dan Bisnis sudah sangat berpengaruh terutama dalam memunculkan ide-ide kreatif, hal ini terjadi karena tenaga pendidik dan Dosen di Universitas Esa Unggul sering membuat seminar tentang perlunya inovasi untuk perkembangan bisnis dan menerapkan program dalam penciptaan hal-hal kreatif dan inovatif tentang kewirausahaan.

Dalam penelitian ini, kecerdasan emosional memiliki pengaruh paling kuat dibandingkan dengan variabel perilaku inovatif. Jadi, berdasarkan pernyataan tersebut maka, bagi seluruh mahasiswa Universitas Esa Unggul kemampuan untuk memahami emosi baik diri sendiri maupun orang lain dalam memulai usaha jauh lebih penting dibandingkan kemampuan untuk meyakinkan orang lain dalam memulai suatu bisnis

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa yang mempengaruhi intensi berwirausaha pada mahasiswa Universitas Esa Unggul adalah kecerdasan emosional dan perilaku inovatif. Semakin kuat kecerdasan emosional mahasiswa, maka semakin besar juga keinginan mahasiswa untuk berwirausaha. Begitu pula dengan perilaku inovatif, seorang mahasiswa yang berperilaku inovatif akan memiliki intensi kewirausahaan yang besar untuk melaksanakan kegiatan wirausaha. Namun, kreativitas tidak memiliki pengaruh terhadap intensi berwirausaha, karena jiwa kreativitas yang dimiliki mahasiswa Universitas Esa Unggul dianggap belum cukup untuk bisa memulai suatu bisnis yang ingin dijalankan. Oleh karena itu peran Universitas Esa Unggul sangat penting untuk menjelaskan kepada seluruh mahasiswa mengenai pendidikan kewirausahaan dalam hal kreativitas agar seluruh mahasiswa mempunyai keinginan tinggi untuk berwirausaha dan mencapai kesuksesan dalam berwirausaha.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan dalam penelitian, sehingga berpengaruh terhadap penelitian yang diperoleh secara keseluruhan. Batasan dari penelitian ini adalah penelitian ini hanya membahas sebatas variabel kreativitas, kecerdasan emosional, perilaku inovatif dan intensi berwirausaha. Ukuran sampel yang cukup kecil dan hanya terdiri dari satu universitas di Indonesia. Kemudian penelitian ini hanya menggunakan Jenis Kelamin sebagai demografi responden.

Saran

Bilamana dilakukan penelitian selanjutnya, dapat mempertimbangkan untuk menambahkan variabel atau faktor lain yang berpengaruh terhadap intensi berwirausaha dan juga dapat menambahkan variabel pemoderasi untuk mendukung pengaruh kreativitas, kecerdasan emosional dan perilaku inovatif terhadap intensi berwirausaha. Penelitian lebih lanjut juga dapat mempertimbangkan untuk mengikutsertakan mahasiswa universitas negeri atau swasta lainnya agar dapat lebih mempresentasikan intensi berwirausaha mahasiswa di Indonesia.

Implikasi Manajerial

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pendidikan kewirausahaan di Universitas Esa Unggul. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas belum mampu memberikan pengaruh yang kuat terhadap minat mahasiswa Universitas Esa Unggul Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Untuk bisa menjelaskan secara detail pentingnya kreativitas dalam berwirausaha pentingnya peran dosen, pendidik dan pembuat kebijakan untuk mencari solusi yang dapat meningkatkan kreativitas mahasiswa terhadap kewirausahaan melalui teori dan praktek yang bisa menciptakan hal-hal yang menarik dan kreatif. Peran kecerdasan emosional terhadap kewirausahaan menjadi hal penting untuk mahasiswa yang mempunyai intensi berwirausaha. Oleh karena itu mahasiswa diharuskan mampu mengenali emosi dan mengendalikan emosi dalam dirinya sebelum terjun dalam dunia wirausaha. Perilaku inovatif juga berperan terhadap kewirausahaan. Dosen, pendidik, dan pembuat kebijakan harus memberikan ilmu yang inovatif untuk mahasiswa sebelum terjun dalam dunia kewirausahaan. Misalnya bagi dosen yang memiliki pengalaman berwirausaha bisa menceritakan pengalamannya kepada para mahasiswa atau dengan berbagi cerita mengenai kisah tentang wirausahawan yang sukses. Dengan begitu akan berkontribusi untuk mempunyai jiwa kreativitas dan berperilaku yang inovatif. Jadi berkenan dengan pendidikan kewirausahaan, melakukan proyek kecil atau mempresentasikan kisah sukses wirausahawan dan berbagi pengalaman terhadap berwirausaha diharapkan mahasiswa mempunyai motivasi dan kepercayaan tentang kemampuan dan keterampilan kewirausahaan mereka.

Dalam penelitian ini telah diuraikan temuan-temuan yang didapatkan oleh peneliti. Sehingga dengan adanya penelitian ini diharapkan para mahasiswa atau lulusan baru mampu mengkreasikan diri mereka dalam menciptakan sesuatu hal yang menarik dan inovatif untuk bisa berkompetisi dan mencapai kesuksesan dalam berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, T. S. (2020). Pengaruh Perilaku Inovatif pada Keberhasilan Womenpreneur Etnis Madura sebagai Pedagang Pakaian Jadi. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(2), 153–161. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i2.127>
- Almaidah, S., & Sriyanto. (2018). Pengaruh Kecerdasan Emosional, Kreativitas, Dan Sikap Proaktif terhadap Intensitas Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Program S1 *Seminar Nasional Sains |& ...*, 326–336. <http://prosiding.upgris.ac.id/index.php/snsev/snse2018/paper/view/3004>
- Amalya, I. D. (2019). Perilaku Inovatif pada Mahasiswa yang Berwirausaha. *Indonesian Psychological Research*, 1(1), 40–46. <https://doi.org/10.29080/ipr.v1i1.169>
- Archana, R. V., & Kumari, K. V. (2018). A Study on the Influence of Emotional Intelligence on Entrepreneurship Intention. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*, 119(12), 14839–14851. <http://www.ijpam.eu>
- Cahyono, E. B., & Umam, M. K. (2017). Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Kemampuan Berpikir Kreatif terhadap Minat Berwirausaha Siswa Teknik Pemesinan. *Jurnal Pendidikan Vokasional*,

54).

- Djohan, H. A. (2021). Intensi Berwirausaha Ditinjau dari Efikasi Diri dan Kreativitas. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 18(01), 12–21.
<https://doi.org/10.25134/equi.v18i01.ABSTRACT>
- Ekowati, S., Finthariasari, M., Yulinda, A. T., & Sonitra. (2020). PENGARUH KECERDASAN INTELEKTUAL, KECERDASAN EMOSIONAL, DAN SPIRITUAL TERHADAP KINERJA GURU SDN KECAMATAN PINO BENGKULU SELATAN. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 1(1), 10–19. http://hpj.journals.pnu.ac.ir/article_6498.html
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1), 8–16.
<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/18240>
- Halimah, S., Wanto, H., & Mahmu'ddin, M. (2018). Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa Melalui Kecerdasan Emosional. *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat*, 14(1), 53.
<https://doi.org/10.23971/jsam.v14i1.870>
- Handaru, W. A., Parimita, W., & Mufdhalifah, I. W. (2015). MEMBANGUN INTENSI BERWIRAUSAHA MELALUI ADVERSITY QUOTIENT, SELF EFFICACY, DAN NEED FOR ACHIEVEMENT. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(2), 155–166.
<https://doi.org/10.9744/jmk.17.2.155>
- Hasby, M., Azis, I., & Indriani, A. (2015). Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Karakteristik Individu Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tadulako. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 1(2), 218.
- Helmi, A. F. (2015). Model Determinan Perilaku Inovatif pada Mahasiswa yang Berwirausaha. *Model Determinan Perilaku Inovatif Pada Mahasiswa Yang Berwirausaha*, 38(2), 134–146.
<https://doi.org/10.22146/jpsi.7648>
- Irawati, M. D., & Fauziah, N. (2018). Hubungan Antara Kecerdasan Emosional Dengan Motivasi Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 7(3), 63–72.
- Irwansyah, M., & Subiyantoro, H. (2018). Pengaruh Kreativitas, Lingkungan Keluarga dan Jiwa Entrepreneur Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa Stkip Pgri Tulungagung. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 2(1), 36. <https://doi.org/10.29408/jpek.v2i1.798>
- K Khoerunnisa, & Zain, N. (2014). Hubungan Antara Kecerdasan Emosional Dengan Intensi Berwirausaha Pada Siswa Smk Negeri 44 Jakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 2(1). <https://doi.org/10.21009/jpeb.002.1.7>
- 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>
- Kurjono, K. (2017). Knowledge Entrepreneurship Contribution and Self Efficacy To Improve Creativity Student. *Jurnal MANAJERIAL*, 16(1), 187.
<https://doi.org/10.17509/manajerial.v16i1.10442>
- Listiani, N. M. (2014). PENGARUH KREATIVITAS DAN MOTIVASI TERHADAP HASIL BELAJAR MATA PELAJARAN PRODUKTIF PEMASARAN PADA SISWA KELAS XI SMK NEGERI 2 TUBAN. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 2(2), 264–276.
- Mishra, P., & Vashist, K. (2014). A Review Study of Spiritual Intelligence, Stress and Well-Being of Adolescents in 21 St Century. *International Journal of Research in Applied, Natural and Social Sciences*, 2(4), 2321–8851.
- Mortan, R. A., Ripoli, P., Carvalho, C., & Bernal, M. C. (2014). Journal of Work and Organizational Psychology. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 29(3), 99–106.
- Murniati, M., Sulisty, 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>
- Nizma, C., & Siregar, D. A. (2018). Analisis Pengaruh Locus of Control, Need for Achievement dan Risk Taking terhadap Intensi Berwirausaha Alumni Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(1), 30–37.
- Norena-Chavez, D. (2020). The Mediation Effect of Innovative Behavior on the Relationship

Between Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention. *International Journal of Economics and Business Administration*, VIII(Issue 4), 238–252.

<https://doi.org/10.35808/ijeba/583>

- Norena-Chavez, D., & Guevara, R. (2020). Entrepreneurial Passion and Self-Efficacy as Factors Explaining Innovative Behavior: A Mediation Model. *International Journal of Economics and Business Administration*, VIII(Issue 3), 352–373. <https://doi.org/10.35808/ijeba/522>
- Novariana, N. W., & Andrianto, S. (2020). *ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY DAN INTENSI KEWIRAUSAHAAN: PERAN MEDIASI PERILAKU INOVATIF PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY AND ENTREPRENEURIAL INTENTION: THE MEDIATING ROLE OF INNOVATIVE BEHAVIOR AMONG COLLEGE STUDENTS IN*. 3(1), 26–34.
- Oriarewo, G. O., Agbim, K. C., & Zever, T. A. (2014). Influence of Emotional Intelligence on Entrepreneurial Performance: An Empirical Analysis of the Hospitality Industry in Makurdi, Benue State, Nigeria. *International Journal of Academic Research in Management (IJARM)*, 3(4), 341–353.
- Pramadani, A. B., & Fajrianti. (2012). Hubungan antara Komitmen Organisasi dengan Kesiapan untuk Berubah pada Karyawan Divisi Enterprise Service (DES) Telkom Ketintang Surabaya. *Jurnal Psikologi Industri Dan Organisasi*, 1(02), 102–109.
- Ramdhan, A. (2016). Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Hasil Usaha Pelaku Bisnis Produk Fashion Wanita Secara Online Menggunakan Smartphone Di Kota Bandung. *Jurnal Itenas Rekarupa*, IV(1), 13–24.
- Rimadani, F., & Murniawaty, I. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Business Center Dan Kreativitas Siswa Terhadap Jiwa Berwirausaha Siswa. *Economic Education Analysis Journal*, 3(3), 976–991. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28333>
- Salma Abdullah, La Ode Sumail. (2019). Innovative Behavior And Emotional Intelligence Of Managers In Managing A Catering Business. *Jurnal Manajemen*, 23(2), 290. <https://doi.org/10.24912/jm.v23i2.478>
- Sugiarto, D., & Widjaja, O. H. (2020). Pengaruh Emotional Intelligence Dan Attitude Terhadap Entrepreneurial Intention Pada Mahasiswa Falkultas Hukum Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(2), 553–560. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i2.7949>
- Vemmy, C. (2013). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 2(1), 117–126. <https://doi.org/10.21831/jpv.v2i1.1022>
- Yohanna, L., Harsoyo, D., & Wijono, D. (2016). *Intensi Berwirausaha Ditinjau Dari Kreativitas Dan Kecerdasan Emosional*. 8(1). www.harianterbit.com