

The Relationship Between Creativity and Entrepreneurial Interest Among D4 Cosmetology and Beauty Care Students at Universitas Negeri Jakarta

Hubungan Antara Kreativitas dengan Minat Berwirausaha pada Mahasiswa D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan Universitas Negeri Jakarta

Ananda Putri Usman Triana¹, Eti Herawati², Neneng Siti Silfi Ambarwati³

Program Studi Kosmetik dan Perawatan Kecantikan, Fakultas Teknik,
Universitas Negeri Jakarta

¹anandaputriut14@gmail.com, ²herawatihaetami@gmail.com,

³neneng_ambarwati@yahoo.co.id

Abstract

Creativity is one of the key factors that can foster entrepreneurial interest, particularly among vocational students who are expected to develop the competencies and competitiveness required in both employment and business. This study aimed to examine the relationship between creativity and entrepreneurial interest among students of the D4 Cosmetology and Beauty Care Study Program at Jakarta State University. A quantitative approach with a survey method was employed by distributing questionnaires to 93 students selected through proportional random sampling. Data were analyzed using descriptive statistics, prerequisite tests consisting of normality and linearity tests, and hypothesis testing using the Pearson Product Moment correlation with the assistance of SPSS version 29. The findings revealed a positive and statistically significant relationship between creativity and entrepreneurial interest, with a correlation coefficient of 0.437 and a significance value of 0.001 ($p < .05$), indicating that the null hypothesis (H_0) was rejected and the alternative hypothesis (H_a) was accepted. The coefficient of determination indicated that creativity accounted for 19.1% of the variance in entrepreneurial interest, while the remaining 80.9% was explained by other factors beyond the scope of this study. These findings suggest that higher levels of creativity are associated with higher levels of entrepreneurial interest among students.

Keywords: Creativity, Entrepreneurial Interest, Students, Entrepreneurship.

Abstrak

Kreativitas merupakan salah satu faktor penting yang dapat mendorong munculnya minat berwirausaha, khususnya pada mahasiswa program vokasi yang dipersiapkan untuk memiliki kompetensi dan daya saing di dunia kerja maupun usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kreativitas dan minat berwirausaha pada mahasiswa D4 Kosmetika dan Perawatan Kecantikan Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 93 mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik proportional random sampling. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif, uji prasyarat analisis yang meliputi uji normalitas dan uji linearitas, serta uji hipotesis menggunakan korelasi Product Moment Pearson dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kreativitas dan minat berwirausaha dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,437 dan nilai signifikansi 0,001 ($<0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa kreativitas memberikan kontribusi sebesar 19,1% terhadap minat berwirausaha, sedangkan 80,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kreativitas mahasiswa, maka semakin tinggi pula minat berwirausaha yang dimiliki.

Kata Kunci: Kreativitas, Minat Berwirausaha, Mahasiswa, Kewirausahaan.

1. Pendahuluan

Pengangguran merupakan kondisi ketika seseorang yang termasuk dalam angkatan kerja, yaitu individu yang memiliki kemampuan dan kemauan untuk bekerja,

tidak memiliki pekerjaan dan sedang berusaha untuk mendapatkannya. Secara umum, pengangguran terjadi akibat ketidakseimbangan antara jumlah tenaga kerja dengan ketersediaan lapangan pekerjaan. Permasalahan ini masih menjadi tantangan sosial dan ekonomi di Indonesia karena berdampak pada kesejahteraan masyarakat dan stabilitas ekonomi. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2025), pengangguran adalah penduduk usia kerja yang tidak bekerja, sedang mencari pekerjaan, atau sedang mempersiapkan usaha baru. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) digunakan sebagai indikator untuk melihat kemampuan pasar tenaga kerja dalam menyerap angkatan kerja.

Data Badan Pusat Statistik melalui Sakernas Agustus 2025 menunjukkan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 4,85% dan Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) sebesar 70,59%, dengan rata-rata upah buruh yang masih relatif rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa permasalahan ketenagakerjaan tidak hanya berkaitan dengan ketersediaan lapangan kerja, tetapi juga kualitas pekerjaan dan kesejahteraan tenaga kerja. Pengangguran berdampak pada kemiskinan, ketidakstabilan sosial, serta penurunan kesejahteraan ekonomi, termasuk bagi lulusan perguruan tinggi (ILO, 2022).

Pendidikan tinggi, khususnya Program Studi Kosmetika dan Perawatan Kecantikan, dituntut menghasilkan lulusan yang tidak hanya memiliki keterampilan teknis, tetapi juga kreativitas dan inovasi sesuai perkembangan industri kecantikan (OECD, 2023). Mata kuliah Metode Penelitian Terapan berperan mendukung pengembangan inovasi, meskipun pembelajarannya menghadapi tantangan karena karakteristik bidang yang dinamis (Rosidi & Rosidi, 2021; Suemoto et al., 2015).

Kewirausahaan menjadi strategi penting untuk mengurangi pengangguran melalui pengembangan kompetensi, kreativitas, dan kemampuan menciptakan peluang usaha. Perguruan tinggi berperan dalam membangun ekosistem kewirausahaan yang inovatif dan aplikatif (Suharti & Sirine, 2021). Kreativitas terbukti mendorong kemampuan mengenali peluang usaha dan meningkatkan minat berwirausaha (Shahab, Chengang, & Arbizu, 2019; Gürol & Atsan, 2022), sedangkan pendidikan kewirausahaan dan dukungan sosial turut memperkuat minat tersebut (Sullivan & Meek, 2020). Hubungan kreativitas dan minat berwirausaha bersifat saling memengaruhi (Baron & Tang, 2022; Shi et al., 2020) serta dipengaruhi oleh pendidikan kewirausahaan dan dukungan lingkungan (Zhang et al., 2022; Saeed et al., 2021).

Di Universitas Negeri Jakarta (UNJ), Program Studi D4 Kosmetika dan Perawatan Kecantikan telah membekali mahasiswa dengan keterampilan dan kreativitas sesuai kebutuhan industri kecantikan. Namun, hasil pra-survei terhadap 40 mahasiswa menunjukkan hanya 22,50% yang telah memiliki usaha, 52,50% berminat berwirausaha tetapi belum siap merealisasikannya, dan 25,00% belum berminat. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara minat dan implementasi usaha, yang diduga dipengaruhi oleh kemampuan berpikir kreatif.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kreativitas berhubungan positif dengan minat berwirausaha karena meningkatkan inovasi, keberanian mengambil risiko, dan kemampuan menciptakan peluang bisnis (Wardana et al., 2021). Oleh karena itu, penelitian mengenai hubungan kreativitas dan minat berwirausaha pada mahasiswa D4 Kosmetika dan Perawatan Kecantikan UNJ penting dilakukan untuk mengetahui peran kreativitas dalam mendorong mahasiswa menjadi wirausahawan

di industri kecantikan, seperti Make-Up Artist (MUA), salon, klinik kecantikan, maupun usaha produk kecantikan.

Dengan menumbuhkan minat berwirausaha yang didukung oleh kreativitas tinggi, lulusan diharapkan tidak hanya menjadi pencari kerja, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja baru di sektor kecantikan yang terus berkembang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana kreativitas dapat memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa, sehingga hasilnya dapat menjadi dasar bagi pengembangan kurikulum dan strategi pendidikan kewirausahaan di lingkungan Universitas Negeri Jakarta

2. Metode

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara kreativitas dan minat berwirausaha pada mahasiswa Program Studi D4 Kosmetika dan Perawatan Kecantikan (KPK) Universitas Negeri Jakarta angkatan 2022 dan 2023. Secara khusus, penelitian bertujuan menggambarkan tingkat kreativitas mahasiswa, tingkat minat berwirausaha, serta keeratan hubungan antara kedua variabel tersebut.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Program Studi D4 Kosmetika dan Perawatan Kecantikan, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta. Pemilihan lokasi didasarkan pada kesesuaian dengan subjek penelitian, yaitu mahasiswa KPK UNJ. Penelitian dilakukan pada semester genap tahun akademik 2024/2025, meliputi tahap persiapan instrumen, pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis hasil penelitian secara sistematis untuk menjawab tujuan penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh subjek yang memiliki karakteristik tertentu untuk dipelajari (Sugiyono, 2021). Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Program Studi D4 Kosmetika dan Perawatan Kecantikan Universitas Negeri Jakarta angkatan 2022 dan 2023. Pemilihan angkatan tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswa telah memiliki pengalaman belajar dan praktik yang relevan dengan variabel kreativitas dan minat berwirausaha.

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang mewakili keseluruhan populasi (Sugiyono, 2021). Teknik pengambilan sampel menggunakan proportional random sampling, yaitu pengambilan sampel secara acak dengan mempertimbangkan proporsi jumlah mahasiswa pada masing-masing angkatan agar setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin.

$$\eta = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

η = jumlah sampel N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan (error tolerance)

Dalam penelitian ini jumlah populasi diketahui sebanyak **121 mahasiswa**, dengan tingkat kesalahan sebesar **5% (0,05)**. Perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{121}{1 + 121(0,05)^2}$$

$$n = \frac{121}{1 + 121(0,0025)}$$

$$n = \frac{121}{1,3025}$$

$$\eta = 92,8$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel dibulatkan menjadi 93 mahasiswa yang dianggap telah mewakili populasi penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Pengujian Prasyarat Analisis Data

Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
Minat Berwirausaha	0,200	Normal
Kreativitas	0,075	Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, diperoleh nilai signifikansi variabel kreativitas sebesar 0,075 (>0,05), sedangkan nilai signifikansi variabel minat berwirausaha sebesar 0,200 (>0,05). Karena nilai signifikansi kedua variabel lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data variabel kreativitas dan minat berwirausaha berdistribusi normal. Dengan demikian, Data berdistribusi normal sehingga dapat dilanjutkan menggunakan analisis parametrik yaitu, menggunakan uji korelasi Product Moment Pearson.

Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang linear antara variabel kreativitas (X) dengan minat berwirausaha (Y). Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah apabila nilai signifikansi pada **Deviation from Linearity** lebih besar dari 0,05 maka hubungan kedua variabel dinyatakan linear. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka hubungan kedua variabel dinyatakan tidak linear.

Hasil uji linearitas menggunakan bantuan program SPSS versi 29 dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Linearitas

Hasil Uji Linearitas	Nilai Signifikansi	Keterangan
Deviation from Linearity	0,841	Linear

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa nilai signifikansi Deviation from Linearity sebesar 0,841. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,841 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel kreativitas dengan minat berwirausaha. Dengan demikian, asumsi linearitas dalam penelitian ini telah terpenuhi sehingga analisis dapat dilanjutkan ke tahap uji hipotesis menggunakan korelasi Product Moment Pearson.

Uji Hipotesis

Uji Korelasi Product Moment Pearson

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara kreativitas sebagai variabel bebas (X) dengan minat berwirausaha sebagai variabel terikat (Y). Pengujian hipotesis menggunakan uji korelasi Product Moment Pearson karena data penelitian berdistribusi normal dan hubungan antara kedua variabel bersifat linear.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kreativitas dengan minat berwirausaha pada mahasiswa D4 Kosmetik dan Perawatan Universitas Negeri Jakarta.

H1 : Terdapat hubungan yang signifikan antara kreativitas dengan minat berwirausaha pada mahasiswa D4 Kosmetik dan Perawatan Universitas Negeri Jakarta.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji korelasi Product Moment Pearson adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$ maka H0 ditolak dan H1 diterima
2. Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$ maka H0 diterima dan H1 ditolak

Hasil uji korelasi Product Moment Pearson menggunakan bantuan program SPSS versi 29 dapat dilihat pada Tabel 4.8 berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Korelasi Product Moment Pearson

Variabel	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
Kreativitas dan Minat Berwirausaha	0,437	$<0,001$	93

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa nilai Pearson Correlation (r) sebesar **0,437** dengan nilai signifikansi **0,001 ($<0,05$)**. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat **hubungan yang signifikan antara kreativitas dengan minat berwirausaha pada mahasiswa D4 Kosmetik dan Perawatan Universitas Negeri Jakarta**.

Nilai koefisien korelasi sebesar **0,437** menunjukkan hubungan yang **positif**. Berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi, nilai **0,437** berada pada rentang **0,41–0,60**, sehingga tingkat hubungan antara kedua variabel termasuk dalam kategori **sedang**. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kreativitas mahasiswa, maka cenderung semakin tinggi minat berwirausahanya. Namun, kreativitas bukan merupakan satu-satunya faktor yang berhubungan dengan minat berwirausaha karena masih terdapat faktor-faktor lain yang turut memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa.

Dengan demikian, H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa **terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kreativitas dengan**

minat berwirausaha pada mahasiswa D4 Kosmetik dan Perawatan Universitas Negeri Jakarta.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel kreativitas terhadap minat berwirausaha. Perhitungan koefisien determinasi dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}KD &= r^2 \times 100\% \\KD &= (0,437)^2 \times 100\% \\KD &= 19,1\%\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar **19,10%**. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas memberikan kontribusi sebesar **19,10%** terhadap minat berwirausaha mahasiswa D4 Kosmetika dan Perawatan Kecantikan Universitas Negeri Jakarta. Sementara itu, **80,90%** sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis korelasi Product Moment Pearson diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,437 yang menunjukkan adanya hubungan positif dengan kategori sedang antara kreativitas dan minat berwirausaha pada mahasiswa Program Studi D4 Kosmetika dan Perawatan Kecantikan Universitas Negeri Jakarta. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki tingkat kreativitas lebih tinggi cenderung memiliki minat berwirausaha yang lebih tinggi pula.

Pada bidang kosmetika dan perawatan kecantikan, kreativitas merupakan kemampuan yang penting karena berkaitan dengan pengembangan layanan, produk, maupun strategi pemasaran yang inovatif. Mahasiswa yang mampu menghasilkan berbagai ide baru, melihat peluang dari berbagai sudut pandang, menciptakan gagasan yang unik, serta mengembangkan ide secara rinci cenderung memiliki ketertarikan yang lebih besar terhadap dunia usaha. Kemampuan tersebut dapat terlihat dari munculnya ketertarikan terhadap dunia usaha, keinginan membuka usaha sendiri, menjadikan kewirausahaan sebagai pilihan karier, menyusun perencanaan usaha, serta kesediaan untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori kreativitas yang dikemukakan oleh Guilford yang menyatakan bahwa individu kreatif memiliki kemampuan berpikir divergen, yaitu kemampuan menghasilkan berbagai alternatif ide dan solusi dalam menghadapi suatu permasalahan. Dalam konteks mahasiswa D4 Kosmetika dan Perawatan Kecantikan, kemampuan berpikir divergen memungkinkan mahasiswa menghasilkan berbagai gagasan terkait layanan kecantikan, produk kosmetik, maupun peluang usaha yang dapat dikembangkan sesuai kebutuhan pasar. Kemampuan tersebut menunjukkan bahwa kreativitas berkaitan dengan munculnya ketertarikan mahasiswa terhadap aktivitas kewirausahaan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Theory of Planned Behavior yang dikemukakan oleh Ajzen. Teori ini menjelaskan bahwa niat untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap individu terhadap perilaku tersebut, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa yang memiliki kreativitas tinggi cenderung mampu melihat peluang usaha dan mengembangkan ide bisnis yang sesuai dengan bidang keahliannya. Kondisi tersebut berkaitan dengan

terbentuknya sikap yang lebih positif terhadap kewirausahaan sehingga mahasiswa cenderung memiliki minat berwirausaha yang lebih tinggi.

Selain didukung oleh teori, hasil penelitian ini juga sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu. Penelitian Anjum, Farrukh, dan Heidler (2020) menemukan bahwa kreativitas memiliki hubungan positif dengan minat berwirausaha mahasiswa. Mahasiswa yang mampu menghasilkan ide-ide kreatif cenderung menunjukkan ketertarikan yang lebih besar untuk memulai usaha. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Wardana et al. (2021) yang menunjukkan bahwa kreativitas berhubungan positif dengan minat berwirausaha pada mahasiswa pendidikan vokasi. Selain itu, penelitian Shahab, Chengang, dan Arbizu (2019) menunjukkan bahwa kreativitas membantu individu mengembangkan keterampilan yang dimiliki menjadi peluang bisnis yang bernilai sehingga berkaitan dengan meningkatnya minat terhadap kegiatan kewirausahaan.

Meskipun demikian, nilai koefisien korelasi sebesar 0,437 menunjukkan bahwa hubungan yang ditemukan berada pada kategori sedang. Hasil koefisien determinasi sebesar 19,10% menunjukkan bahwa kreativitas memiliki kontribusi sebesar 19,10% terhadap variasi minat berwirausaha mahasiswa, sedangkan 80,90% sisanya berkaitan dengan faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti pendidikan kewirausahaan, dukungan keluarga, lingkungan sosial, pengalaman berwirausaha, efikasi diri, maupun faktor psikologis lainnya.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kreativitas dan minat berwirausaha pada mahasiswa Program Studi D4 Kosmetika dan Perawatan Kecantikan Universitas Negeri Jakarta. Mahasiswa yang memiliki kemampuan menghasilkan ide baru, melihat peluang dari berbagai sudut pandang, menciptakan gagasan yang unik, dan mengembangkan ide secara rinci cenderung memiliki minat berwirausaha yang lebih tinggi.

4. Kesimpulan

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kreativitas dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Program Studi D4 Kosmetika dan Perawatan Kecantikan Universitas Negeri Jakarta. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,437 menunjukkan hubungan dengan kategori sedang, yang berarti semakin tinggi kreativitas mahasiswa maka cenderung semakin tinggi pula minat berwirausahanya. Kreativitas yang tercermin melalui kemampuan menghasilkan ide yang beragam, fleksibel, orisinal, dan terperinci berkaitan dengan meningkatnya ketertarikan terhadap dunia usaha, keinginan membuka usaha sendiri, pilihan karier sebagai wirausaha, perencanaan usaha, dan kesediaan terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Temuan ini mendukung teori Guilford mengenai kemampuan berpikir divergen serta Theory of Planned Behavior Ajzen yang menjelaskan bahwa keyakinan terhadap kemampuan diri berhubungan dengan munculnya minat untuk melakukan suatu perilaku, termasuk berwirausaha.

Implikasi

Hasil penelitian ini memiliki implikasi secara teoretis maupun praktis.

Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian mengenai hubungan antara kreativitas dan minat berwirausaha, khususnya pada konteks pendidikan vokasi di bidang kosmetika dan perawatan kecantikan. Penelitian mendukung pandangan

bahwa kreativitas merupakan salah satu faktor psikologis yang berhubungan dengan minat individu untuk berwirausaha. Oleh karena itu, kreativitas dapat dipertimbangkan sebagai salah satu variabel penting dalam penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kewirausahaan mahasiswa. Secara praktis, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa upaya peningkatan minat berwirausaha mahasiswa perlu disertai dengan pengembangan kreativitas. Program studi dapat merancang pembelajaran yang mendorong mahasiswa untuk berpikir inovatif, menghasilkan ide-ide baru, serta mampu mengembangkan keterampilan yang dimiliki menjadi peluang usaha yang bernilai ekonomi. Penguatan kreativitas dapat dilakukan melalui metode pembelajaran berbasis proyek (project-based learning), praktik kewirausahaan, kompetisi bisnis, pelatihan inovasi produk, serta kolaborasi dengan pelaku industri kecantikan.

Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya mengembangkan kemampuan berpikir kreatif sebagai bekal dalam menghadapi persaingan dunia kerja dan dunia usaha. Kreativitas tidak hanya dibutuhkan dalam menghasilkan karya di bidang kecantikan, tetapi juga menjadi dasar dalam menciptakan diferensiasi produk, layanan, maupun strategi pemasaran yang inovatif.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Saran untuk mahasiswa :
 - mengembangkan kreativitas melalui pelatihan, kompetisi, praktik usaha, seminar, dan proyek kewirausahaan.
2. Saran untuk Program Studi D4 Kosmetika dan Perawatan Kecantikan Universitas Negeri Jakarta :
 - menyediakan kegiatan yang mendorong kreativitas dan kewirausahaan seperti business plan competition, inkubasi bisnis, bazar kewirausahaan, dan kolaborasi industri kecantikan.
3. Saran untuk peneliti selanjutnya :
meneliti faktor lain yang berhubungan dengan minat berwirausaha seperti:
 - pendidikan kewirausahaan,
 - dukungan keluarga,
 - motivasi berwirausaha,
 - efikasi diri,
 - lingkungan sosial.

Dengan adanya berbagai upaya tersebut, diharapkan mahasiswa Program Studi D4 Kosmetika dan Perawatan Kecantikan tidak hanya menjadi lulusan yang memiliki kompetensi teknis di bidang kecantikan, tetapi juga mampu menjadi wirausahawan yang kreatif, inovatif, mandiri, dan berdaya saing dalam menghadapi perkembangan industri kecantikan yang semakin dinamis.

5. Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context*. Boulder, CO: Westview Press.
- Anjum, T., Farrukh, M., & Heidler, P. (2020). Entrepreneurial intention: Creativity,

- entrepreneurship education, and university support. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 11.
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Keadaan ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2025*. <https://www.bps.go.id>
- Baron, R. A., & Tang, J. (2011). The role of entrepreneurs in firm-level innovation. *Academy of Management Perspectives*, 25(3), 60–71.
- Baron, R. A., & Tang, J. (2022). Entrepreneurship: The role of creativity and innovation. *Journal of Business Venturing*, 37(4), 106–120.
- Camacho-Miñano, M. M., & del Campo, C. (2017). The role of creativity in entrepreneurship. *Education + Training*, 59(7/8), 672–688.
- Chen, Y., Wu, J., & Yang, Y. (2022). The impact of creativity on entrepreneurial intention. *Frontiers in Psychology*, 13.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). Sage Publications.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (10th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guilford, J. P. (1950). Creativity. *American Psychologist*, 5(9), 444–454. Guilford, J. P. (2017). *The nature of human intelligence*. New York: McGraw-Hill.
- Gürol, Y., & Atsan, N. (2006). Entrepreneurial characteristics among university students. *Education + Training*, 48(1), 25–38. International Labour Organization. (2022). *Global employment trends*. <https://www.ilo.org>
- Karimi, S., Biemans, H. J. A., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2022). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development of entrepreneurial intention instrument. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617.
- Munandar, U. (2012). *Pengembangan kreativitas anak berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Munandar, U. (2016). *Pengembangan kreativitas anak berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2021). The impact of entrepreneurship education. *Academy of Management Learning & Education*, 20(2), 180–208.
- Nanda, T., & Pradhan, S. (2022). Creativity and entrepreneurial sustainability. *Journal of Business Research*, 140, 100–110.
- Neneh, B. N. (2022). Entrepreneurial passion and intention. *Journal of Business Research*, 138, 101–110.
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2021). Entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Business Venturing*, 36(4).
- Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Lančarič, D., Egerová, D., & Czeglédi, C. (2020). The impact of entrepreneurship education. *Studies in Higher Education*, 45(10), 2080–2094.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *Entrepreneurship outlook*. <https://www.oecd.org>
- Runco, M. A., & Jaeger, G. J. (2012). The standard definition of creativity. *Creativity Research Journal*, 24(1), 92–96.
- Saeed, S., Yousafzai, S. Y., Yani-De-Soriano, M., & Muffatto, M. (2021). University support and entrepreneurial intention. *Education + Training*, 63(7/8), 1127–1145.
- Scarborough, N. M., & Zimmerer, T. W. (2020). *Essentials of entrepreneurship and small*

- business management* (9th ed.). Pearson.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- Shi, Y., Yuan, T., Bell, R., & Wang, J. (2020). Creativity and entrepreneurial intention. *Frontiers in Psychology*, 11, 1209.
- Slameto. (2015). *Belajar dan 64 etika-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suharti, L., & Sirine, H. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat kewirausahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(1), 45–55.
- Sullivan, D. M., & Meek, W. R. (2020). Gender and entrepreneurship. *International Journal of Management Reviews*, 22(3), 303–324.
- Utami, L. L., Syaifulloh, A., & Nurkayati, S. (2025). Peningkatan kreativitas siswa dalam pembelajaran PAIBP melalui *project based learning* di SMP Negeri 2 Jepon. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(3), 26822–26830.
- Wardana, L. W., et al. (2021). Entrepreneurship education and creativity. *Heliyon*, 7(9), e07977.
- Zampetakis, L. A., & Moustakis, V. (2021). Entrepreneurial behavior and creativity. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
- Zhang, W., Li, Y., Zeng, Q., Zhang, M., & Lu, X. (2022). Entrepreneurship education meta-analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(19).
- Zimmerer, T. W. (2008). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. Pearson Education.