

Exploring The Influence Of Innovation Creativity And Training Through Self-Efficacy On Entrepreneurial Success

Eksplorasi Pengaruh Kreativitas Inovasi Dan Pelatihan Melalui *Self-Efficacy* Terhadap Keberhasilan Wirausaha

Dita Agus Hari Wisuda¹, Ahmad Mardalis^{2*}

Universitas Muhammadiyah Surakarta^{1,2}

B100220503@student.ums.ac.id¹, am180@ums.ac.id^{2*}

*Corresponding Author

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of creativity, innovation, and entrepreneurship training on entrepreneurial success, with *Self-efficacy* as a mediating variable. The background of this research is based on the importance of competency and psychological factors in determining business success, particularly among MSMEs and startups in an increasingly dynamic competitive environment. This study employs a quantitative approach with an explanatory research design. Data were collected through questionnaires distributed to 102 business actors in the Manyaran, Wonogiri area, using a purposive sampling technique. Data analysis was conducted using the Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS software. The results show that innovation has a positive and significant effect on *Self-efficacy*, while creativity and entrepreneurship training do not have a significant effect on *Self-efficacy*. Furthermore, *Self-efficacy* has a positive and significant effect on entrepreneurial success. These findings indicate that entrepreneurs' confidence in managing their business is a crucial factor in achieving business success. Additionally, practical innovation can enhance entrepreneurs' *Self-efficacy*, which in turn contributes to entrepreneurial success.

Keywords: Creativity, Innovation, Entrepreneurship Training, *Self-Efficacy*, Entrepreneurial Success

ABSTRAK

Penelitian dimaksudkan menganalisis pengaruh kreativitas, inovasi, dan pelatihan kewirausahaan terhadap keberhasilan wirausaha dengan *Self-efficacy* sebagai variabel mediasi. Latar belakang studi berlandaskan krusialnya aspek kompetensi dan psikologis dalam menentukan keberhasilan usaha, khususnya pada pelaku UMKM dan startup di era persaingan yang semakin dinamis. Metode penelitian yang diaplikasikan berupa pendekatan kuantitatif berbasis eksplanatori. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 102 responden pelaku usaha di wilayah Manyaran, Wonogiri, dengan teknik purposive sampling. Analisis data memanfaatkan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS. Temuan menginformasikan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Self-efficacy*, sedangkan kreativitas dan pelatihan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Self-efficacy*. Selanjutnya, *Self-efficacy* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan wirausaha. Kondisi ini menginformasikan keyakinan diri pelaku usaha dalam mengelola bisnis menjadi faktor penting dalam mencapai keberhasilan usaha. Temuan mengindikasikan inovasi yang bersifat aplikatif mampu meningkatkan kepercayaan diri pelaku usaha, yang pada akhirnya berdampak pada keberhasilan usaha.

Kata kunci: Kreativitas, Inovasi, Pelatihan Kewirausahaan, *Self-Efficacy*, Keberhasilan wirausaha

1. Pendahuluan

Keberhasilan wirausaha dipengaruhi oleh berbagai faktor. *Passion* kewirausahaan berperan penting dalam mendorong keberhasilan wirausaha, terutama ketika didukung oleh modal psikologis seperti *Self-efficacy*, optimisme, harapan, dan resiliensi, serta adanya dukungan kebijakan kewirausahaan yang memadai kutipan dari (Hu et al., 2022). Kemudian terdapat juga faktor seperti faktor kreativitas, faktor inovasi, dan faktor pelatihan. Namun, faktor psikologis seperti *Self-efficacy* (kepercayaan diri dalam kemampuan diri) juga

memainkan peran penting dalam menentukan kesuksesan seorang wirausahawan. Studi ditujukan mengeksplorasi bagaimana kreativitas, inovasi, dan pelatihan dapat meningkatkan *Self-efficacy*, yang pada gilirannya mempengaruhi keberhasilan wirausaha.

Kreativitas mencakup kompetensi menciptakan pemikiran inovatif yang bernilai, yang berfungsi sebagai elemen esensial dalam pembentukan daya saing organisasi. dikutip dari (Journal UMY, 2022) Mengatakan bahwa Kreativitas kewirausahaan terbukti mampu meningkatkan *Self-efficacy* kewirausahaan dan berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha pada Generasi Z Sementara itu, inovasi adalah penerapan praktis dari ide-ide tersebut ke dalam produk, layanan, atau proses bisnis yang baru dan bernilai. Keduanya merupakan motor penggerak dalam pengembangan usaha, terutama di sektor UMKM dan startup yang sangat bergantung pada kemampuan untuk beradaptasi dan menghadirkan hal baru di pasar, kutipan dari (SpringerOpen, 2025) mengatakan bahwa Pendekatan pembelajaran kewirausahaan yang inovatif dan berbasis praktik dapat meningkatkan *Self-efficacy* mahasiswa melalui penguatan kompetensi kewirausahaan dan kepuasan belajar.

Kreativitas dan inovasi tidak akan optimal tanpa adanya pelatihan yang sistematis. Pelatihan dapat membekali wirausahawan dengan pengetahuan, keterampilan teknis, dan wawasan strategis yang dibutuhkan untuk menghadapi ketidakpastian pasar, mengutip dari (Mercuri Buana Publishing, 2023), bahwa Pendidikan dan pelatihan kewirausahaan serta *Self-efficacy* berkontribusi positif terhadap minat berwirausaha melalui peningkatan motivasi peserta pelatihan.

Dimensi penting lainnya adalah *Self-efficacy*, yakni penilaian diri individu terkait kapasitasnya dalam mengintegrasikan dan melaksanakan langkah-langkah strategis untuk mencapai sukses. Wirausahawan dengan *Self-efficacy* tinggi cenderung lebih tangguh dalam menghadapi kegagalan, lebih berani mengambil risiko, dan lebih gigih dalam mencapai tujuan bisnisnya. mengutip dari (ejournals.fkwu.uniga.ac.id, 2024) bahwa *Self-efficacy* memiliki peran penting dalam membangun keunggulan bersaing dan keberhasilan bisnis, khususnya di sektor industri kreatif Indonesia, terutama ketika didukung oleh keberagaman produk dan strategi promosi yang tepat.

Eksplorasi mengenai bagaimana kreativitas, inovasi, dan pelatihan dapat memengaruhi keberhasilan wirausaha melalui peran mediasi *Self-efficacy* menjadi penting untuk diteliti. Diharapkan temuan studi ini dapat menjadi referensi bagi pemangku kepentingan dalam menyusun program peningkatan kompetensi wirausaha dan strategi kewirausahaan yang relevan dengan tuntutan digital serta era pasca pandemi.

Di tengah arus perkembangan teknologi dan globalisasi yang kian cepat, dunia kewirausahaan mengalami perubahan besar dalam cara pelaku usaha menjalankan bisnis. Tidak hanya dituntut untuk menguasai aspek manajerial, wirausahawan kini juga harus mampu berpikir kreatif dan menciptakan inovasi agar dapat menjaga keberlangsungan dan daya saing usahanya. Kreativitas menjadi fondasi dalam merumuskan gagasan-gagasan baru, sementara inovasi bertindak sebagai jembatan yang mengubah gagasan tersebut menjadi produk atau layanan dengan nilai ekonomis tinggi.

Pelatihan kewirausahaan memainkan peran strategis dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta pemahaman pelaku usaha terhadap strategi bisnis yang adaptif. Meski demikian, keberhasilan seorang wirausahawan tidak hanya bergantung pada penguasaan materi pelatihan semata. Peran strategis faktor psikologis seperti efikasi diri terletak pada kemampuannya memvalidasi kompetensi individu dalam menjalankan tugas bisnis, yang pada gilirannya mengoptimalkan efektivitas inovasi dan pelatihan.

2. Tinjauan Pustaka

Kreativitas

Kreativitas merupakan konsep penting dalam kewirausahaan karena menjadi dasar lahirnya ide usaha, pembaruan produk, strategi pemasaran, dan cara penyelesaian masalah yang berbeda dari pesaing. Kreativitas manajerial tidak hanya terbatas pada orisinalitas pemikiran, namun juga melibatkan kemampuan untuk mengonversi konsep abstrak menjadi proposisi nilai yang relevan bagi pelanggan serta keberlanjutan usaha. Amabile (1996) mendefinisikan kreativitas sebagai kemampuan menghasilkan ide, produk, atau karya yang baru dan berguna. Berdasarkan definisi tersebut, kreativitas kewirausahaan dapat dipahami sebagai kemampuan pelaku usaha untuk menciptakan gagasan bisnis, produk, layanan, atau metode kerja yang tidak hanya berbeda, tetapi juga memiliki manfaat ekonomi dan sosial.

Inovasi

Inovasi merupakan proses penerapan ide kreatif ke dalam bentuk produk, layanan, proses, teknologi, atau model bisnis yang memberikan nilai tambah. Dalam kewirausahaan, inovasi menjadi jembatan antara kreativitas dan hasil usaha karena ide kreatif baru memberi dampak nyata ketika diwujudkan dalam praktik bisnis. Dalam perspektif Schumpeter (1934), inovasi dipandang sebagai pembentukan kombinasi baru yang meliputi inovasi barang, proses produksi, segmentasi pasar, pasokan input, serta transformasi model organisasi. Definisi ini menekankan bahwa inovasi menjadi penggerak perubahan ekonomi dan pertumbuhan usaha.

Pelatihan Kewirausahaan

Pelatihan kewirausahaan adalah proses pembelajaran terstruktur yang bertujuan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, sikap, dan kepercayaan diri wirausahawan dalam menjalankan usaha. Pelatihan dibutuhkan karena pelaku usaha tidak hanya memerlukan ide bisnis, tetapi juga kemampuan manajerial, pemasaran, keuangan, dan pengambilan keputusan. Noe (2020) mengonseptualisasikan pelatihan sebagai upaya sistematis yang dirancang untuk mendukung akuisisi pengetahuan, kemahiran teknis, serta pola perilaku yang esensial dalam konteks pekerjaan. Dalam konteks kewirausahaan, pelatihan membantu pelaku usaha memahami cara mengelola dan mengembangkan bisnis secara lebih profesional.

Self-efficacy

Konsep *Self-efficacy* mencakup keyakinan individu terhadap daya saing pribadinya dalam mengorganisasi serta merealisasikan upaya-upaya yang esensial bagi keberhasilan pencapaian suatu sasaran. Dalam kewirausahaan, *Self-efficacy* menunjukkan keyakinan pelaku usaha bahwa dirinya mampu mengelola bisnis, menghadapi risiko, menyelesaikan masalah, dan mencapai target usaha. Bandura (1997) mengonseptualisasikan *Self-efficacy* sebagai kepercayaan personal terhadap kompetensi diri untuk mengatur serta menjalankan tindakan-tindakan yang esensial dalam pemenuhan target tertentu. Makna tersebut menyiratkan bahwasanya derajat keyakinan diri secara langsung mengintervensi alur pemikiran, gaya bertindak, dan stabilitas persistensi individu saat berada dalam situasi sulit.

Keberhasilan Wirausaha

Keberhasilan wirausaha merupakan tingkat pencapaian usaha yang menggambarkan kemampuan pelaku usaha dalam mencapai tujuan bisnisnya. Pencapaian performa unggul tidak hanya bertumpu pada profitabilitas, tetapi juga ditentukan oleh ketahanan jangka panjang, ekspektasi pelanggan yang terpenuhi, kredibilitas, dan pertumbuhan usaha. Ahmad dan Jamil (2020) menjelaskan bahwa kinerja atau keberhasilan usaha mikro dapat diukur melalui indikator finansial dan nonfinansial. Indikator finansial mencakup keuntungan,

penjualan, dan arus kas, sedangkan indikator nonfinansial mencakup kondisi karyawan, nilai pelanggan, dan pengembangan produk.

3. Metode Penelitian

Metode studi mengaplikasikan pendekatan kuantitatif berbasis eksplanatori yang ditujukan menganalisis korelasi sebab-akibat antara kreativitas, inovasi, dan pelatihan kewirausahaan terhadap keberhasilan wirausaha dengan *Self-efficacy* sebagai variabel mediasi. Populasi studi mencakup pelaku UMKM dan startup di wilayah Manyaran, Wonogiri, dengan teknik pengambilan sampel mengaplikasikan *purposive sampling* sesuai kriteria tertentu, yaitu memiliki usaha aktif minimal satu tahun, pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan, dan memiliki karyawan, dengan jumlah sampel berkisar antara 50–100 responden. Proses perolehan data mengandalkan kuesioner dengan format skala Likert lima kategori, yang strukturnya didasarkan pada penjabaran indikator-indikator dari setiap variabel terkait, yakni kreativitas dikaji melalui kemampuan menghasilkan ide baru, keunikan ide usaha, kemampuan melihat peluang, fleksibilitas berpikir, dan keberanian mencoba pendekatan baru; inovasi diidentifikasi dengan inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, penerapan teknologi baru, dan pengembangan model bisnis; pelatihan kewirausahaan ditaksir melalui relevansi materi pelatihan, peningkatan pengetahuan, peningkatan keterampilan, peningkatan kepercayaan diri, dan kemampuan penerapan hasil pelatihan; *Self-efficacy* diidentifikasi melalui keyakinan mengelola usaha, kepercayaan diri menghadapi risiko, ketekunan menghadapi hambatan, kemampuan mengambil keputusan, dan keyakinan mencapai target usaha; serta keberhasilan wirausaha dikaji dengan pertumbuhan pendapatan, peningkatan keuntungan, keberlanjutan usaha, kepuasan pemilik, serta reputasi dan perkembangan usaha. Studi mengaplikasikan teknik PLS-SEM dengan dukungan SmartPLS guna pengolahan data, yang mengintegrasikan analisis deskriptif, validasi model pengukuran (*outer model*), pengujian model struktural (*inner model*), serta analisis mediasi melalui metode *bootstrapping*.

4. Hasil dan Pembahasan

Analisis bermaksud menguji pengaruh kreativitas, inovasi, dan pelatihan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha melalui *Self-efficacy* sebagai variabel mediasi, dengan responden 102 orang dan analisis data mengaplikasikan SmartPLS 4.0.

Analisis Deskriptif

Deskripsi Usia

Tabel 1. Deskripsi Usia

Usia	Frekuensi	Persen
20 - 30 tahun	23	22,5%
30 - 40 tahun	52	50,1%
40 - 50 tahun	22	21,5%
> 50 tahun	5	5,9%
Jumlah	102	100%

Sumber: Data Analisis Primer, 2025

Tabel 1 menginformasikan distribusi usia responden dari total 102 orang, di mana mayoritas berada pada usia 30–40 tahun (52 orang; 50,1%). Kelompok usia 20–30 tahun (23 orang; 22,5%), usia 40–50 tahun (22 orang; 21,5%), dan usia di atas 50 tahun (5 orang; 5,9%) mendominasi struktur responden, dengan kecenderungan utama berada pada periode usia produktif.

Deskripsi Usia

Tabel 2. Deskripsi Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen
Laki-Laki	63	61,76%
Perempuan	39	38,24%
Jumlah	102	100%

Sumber: Data primer diolah, 2025

Tabel 2 menginformasikan dari total 102 responden, sejumlah 63 orang (61,76%) laki-laki dan 39 orang (38,24%) perempuan. Representasi subjek studi mengonfirmasi kecenderungan yang kuat pada dominasi responden laki-laki.

Deskripsi Pekerjaan

Tabel 3. Deskripsi Lama Usaha

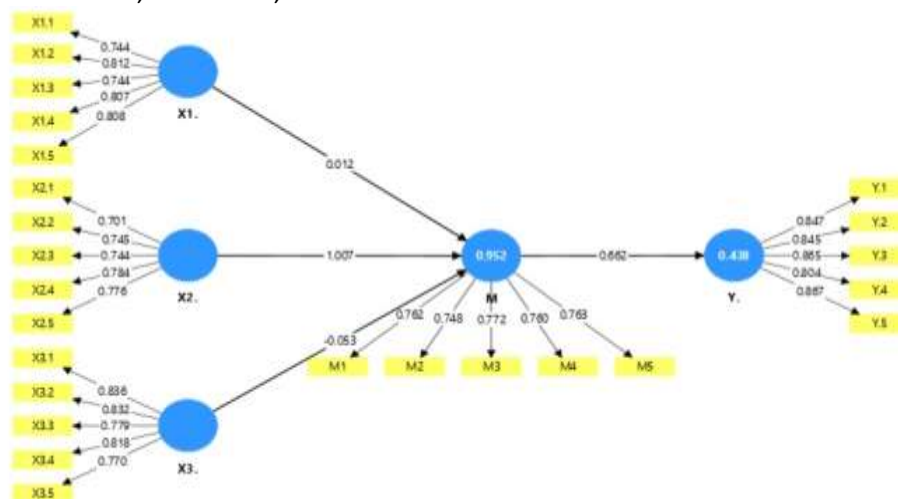
Pekerjaan	Frekuensi	Persen
< 1 tahun	20	19,6%
1-3 tahun	32	31,37%
3-5 tahun	25	24,5%
5-7 tahun	20	19,6
7-10 tahun	5	4,93
Jumlah	102	100%

Sumber: Data Analisis Primer, 2025

Tabel 3 mengonfirmasi proporsi terbesar responden berpengalaman usaha selama 1–3 tahun (31,37%), kemudian 3–5 tahun (24,5%), sedangkan kategori durasi lainnya mencakup masa operasional di bawah 1 tahun hingga rentang 7–10 tahun.

Analisis Validitas dan Reliabilitas (Outer Model)

Evaluasi *outer model* diimplementasikan untuk menganalisis keterkaitan antara variabel laten dengan indikator pendukungnya, yang mencakup pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan, reliabilitas, serta deteksi multikolinearitas.



Gambar 1. Outer Loading

Convergen Validity

Kriteria validitas konvergen dianggap terpenuhi dalam kategori optimal apabila koefisien *outer loading* melampaui 0,7; berikut dipaparkan perolehan pengukuran untuk tiap indikator.

Tabel 4. Nilai *Outer Loading*

Variabel	Indikator	<i>Outer Loading</i>
<i>Self-efficacy</i> (M)	M.1	0.762
	M.2	0.748
	M.3	0.772
	M.4	0.760
	M.5	0.763
Kreativitas (X1)	X1.1	0.744
	X1.2	0.812
	X1.3	0.744
	X1.4	0.807
	X1.5	0.808
Inovasi (X2)	X2.1	0.701
	X2.2	0.745
	X2.3	0.744
	X2.4	0.784
	X2.5	0.776
Pelatihan Kewirausahaan (X3)	X3.1	0.836
	X3.2	0.832
	X3.3	0.779
	X3.4	0.818
	X3.5	0.770
Keberhasilan Usaha (Y)	Y.1	0.847
	Y.2	0.845
	Y.3	0.865
	Y.4	0.804
	Y.5	0.867

Sumber: Data primer diolah, 2025

Tabel 4 memperlihatkan keseluruhan indikator mencapai angka *outer loading* melampaui 0,70, yang mengindikasikan bahwasanya keseluruhan butir pernyataan telah memenuhi standar validitas konvergen. Angka *outer loading* setiap variabel berada pada rentang yang baik, yaitu *Self-efficacy* (0,748–0,772), Kreativitas (0,744–0,808), Inovasi (0,701–0,784), Pelatihan Kewirausahaan (0,770–0,836), dan Keberhasilan Usaha (0,804–0,867). Selain melalui *outer loading*, validitas konvergen juga dibuktikan oleh besaran nilai AVE setiap variabel yang melampaui 0,50, sehingga reliabilitas konstruk terpenuhi.

Tabel 5. Nilai AVE (*Average Variance Extracted*)

Variabel	AVE	Keterangan
<i>Self-efficacy</i> (M)	0.579	Valid
Kreativitas (X1)	0.614	Valid
Inovasi (X2)	0.563	Valid
Pelatihan Kewirausahaan (X3)	0.653	
Keberhasilan Usaha (Y)	0.716	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2025

Tabel 5 mengonfirmasi keseluruhan variabel mempunyai angka AVE melampaui 0,50, yakni *Self-efficacy* (0,579), Kreativitas (0,614), Inovasi (0,563), Pelatihan Kewirausahaan (0,653), dan Keberhasilan Usaha (0,716), parameter tersebut mengonfirmasi kepatuhan terhadap validitas konvergen, sehingga model pengukuran dianggap mampu menjelaskan esensi konstruk dengan sangat baik.

Discriminant Validity

Validitas diskriminan diverifikasi dengan memastikan bahwa nilai *cross loading* suatu indikator mencapai angka tertinggi pada variabel asalnya dibandingkan dengan nilai muatannya pada variabel laten yang berbeda. Merujuk pada data yang tersaji dalam Tabel 6, seluruh indikator telah memenuhi parameter tersebut, sehingga validitas diskriminan dalam model ini dapat dinyatakan terpenuhi.

Tabel 6. Cross Loading

	<i>Self-efficacy</i> (M)	Kreativitas (X1)	Inovasi (X3)	Pelatihan Kewirausahaan (X3)	Keberhasilan Usaha (Y)
M1	0.762	0.513	0.721	0.618	0.553
M2	0.748	0.558	0.733	0.493	0.475
M3	0.772	0.462	0.734	0.599	0.581
M4	0.760	0.588	0.773	0.544	0.450
M5	0.763	0.500	0.748	0.529	0.455
X1.1	0.433	0.744	0.432	0.386	0.307
X1.2	0.408	0.812	0.433	0.400	0.389
X1.3	0.629	0.744	0.630	0.606	0.623
X1.4	0.678	0.807	0.695	0.573	0.452
X1.5	0.406	0.808	0.432	0.405	0.393
X2.1	0.674	0.513	0.701	0.699	0.573
X2.2	0.725	0.574	0.745	0.507	0.496
X2.3	0.749	0.476	0.744	0.612	0.600
X2.4	0.751	0.553	0.784	0.531	0.425
X2.5	0.756	0.529	0.776	0.561	0.497
X3.1	0.621	0.607	0.635	0.836	0.636
X3.2	0.619	0.611	0.634	0.832	0.629
X3.3	0.529	0.420	0.579	0.779	0.553
X3.4	0.655	0.493	0.693	0.818	0.466
X3.5	0.516	0.401	0.565	0.770	0.540
Y.1	0.543	0.546	0.560	0.567	0.847
Y.2	0.550	0.537	0.557	0.565	0.845
Y.3	0.535	0.424	0.572	0.595	0.865
Y.4	0.628	0.484	0.640	0.617	0.804
Y.5	0.526	0.436	0.568	0.597	0.867

Uji Reliabilitas

Analisis reliabilitas dimaksudkan untuk menguji sejauh mana instrumen penelitian tetap konsisten, dengan mengacu pada nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Composite Reliability* > 0,70 dan *Cronbach's Alpha* > 0,60. Sesuai Tabel 7, keseluruhan variabel mempunyai *Composite Reliability* melampaui 0,70 dan *Cronbach's Alpha* melampaui 0,70, maka ditegaskan semua konstruk studi berreliabilitas baik.

Tabel 7. Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach Alpha</i>
<i>Self-efficacy</i> (M)	0,873	0,818
Kreativitas (X1)	0,888	0,848
Inovasi (X2)	0,866	0,806
Pelatihan Kewirausahaan (X3)	0,904	0,867
Keberhasilan Usaha (Y)	0,926	0,901

Sumber: Data primer diolah, 2025

Uji Multikolinearitas

Analisis multikolinearitas dilaksanakan guna mengevaluasi nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), dengan ketentuan ambang batas *tolerance* > 0,1 atau VIF < 5. Melalui

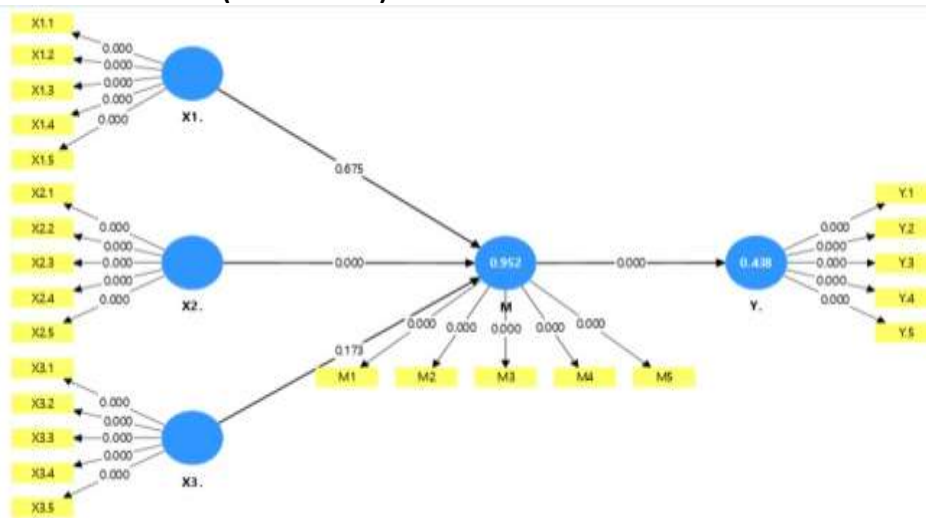
pengamatan Tabel 8, terlihat variabel *Self-efficacy*, Kreativitas, Inovasi, dan Pelatihan Kewirausahaan secara konsisten mengonfirmmasi angka VIF di bawah 5, yang memvalidasi asumsi ketiadaan multikolinearitas.

Tabel 8. Variance Inflation Factor (VIF)

	<i>Self-efficacy</i> (M)	Kreativitas (X1)	Inovasi (X2)	Pelatihan Kewirausahaan (X3)	Keberhasilan Usaha (Y)
M					1,000
X1.	2,066				
X2.	3,065				
X3.	2,577				
Y.					

Sumber: Data primer diolah, 2025

Analisis Model Struktural (Inner Model)



Gambar 2. Inner Model

Analisis *inner model* diterapkan guna menguji signifikansi keterkaitan antara satu variabel laten dengan variabel laten lainnya melalui serangkaian prosedur statistik berikut.

Uji Kebaikan Model (R-Square)

Koefisien *R-square* (R^2) diterapkan sebagai parameter untuk mengevaluasi sejauh mana variabel independen mampu merepresentasikan varians pada variabel dependen. Merujuk pada Tabel 9, nilai *R-square* sebesar 0,952 memberikan bukti bahwa 95,2% perubahan pada *Self-efficacy* dapat diterangkan oleh kontribusi variabel Kreativitas, Inovasi, dan Pelatihan Kewirausahaan. Dalam model struktural ini, *Self-efficacy* terbukti memiliki daya jelas 43,8% terhadap Keberhasilan Usaha, sebagaimana ditunjukkan oleh perolehan angka *R-square* 0,438.

Tabel 9. Nilai R-Square

Variabel	R-Square
<i>Self-efficacy</i> (M)	0,952
Keberhasilan Usaha (Y)	0,438

Sumber: Data primer diolah, 2025

Uji Hipotesis

Guna menentukan kekuatan dan signifikansi pengaruh antarvariabel, digunakan metode *bootstrapping* untuk menghasilkan nilai *original sample*, *t-statistic*, dan *p-value* dalam

uji *path coefficient*. Hipotesis dinyatakan terdukung secara signifikan jika perolehan analisis melalui SmartPLS 4 menyatakan *p-value* < 0,05 atau koefisien *t-statistic* melampaui 1,96.

Tabel 10. Path Coefficient (Direct Effect)

Variabel	Original sample	T-statistics	P Value	Keterangan
M -> Y.	0.662	7.358	0.000	H4 diterima
X1. -> M	0.012	0.420	0.675	H ₁ ditolak
X2. -> M	1.007	32.045	0.000	H ₂ diterima
X3. -> M	-0.053	1.364	0.173	H ₃ ditolak

Sumber: Data primer diolah, 2025

Pembahasan

Pengaruh Kreativitas terhadap *Self-efficacy*

Studi menginformasikan kreativitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *Self-efficacy*. Kondisi ini dibuktikan melalui angka *original sample* 0,012, *t-statistics* 0,420 dimana tidak melampaui 1,96, serta *p-value* 0,675 yang melampaui 0,05. Sehingga hipotesis pertama (H1) mengalami penolakan. Eksplorasi ide baru dan pendekatan alternatif oleh pelaku usaha belum berkorelasi positif dengan penguatan keyakinan diri mereka dalam menghadapi tantangan di sektor kewirausahaan.

Berbeda dengan konsensus penelitian sebelumnya, data dalam studi ini menginformasikan kreativitas belum tentu berimplikasi pada penguatan efikasi diri kreatif maupun proses kewirausahaan pelaku usaha. Tantawy et al. (2021) menjelaskan bahwa keterlibatan dalam proses kreatif dapat memperkuat *creative Self-efficacy* dalam pendidikan kewirausahaan. Selain itu, rujukan Journal UMY (2022) juga menunjukkan bahwa kreativitas kewirausahaan dapat meningkatkan *Self-efficacy* kewirausahaan pada Generasi Z. Variasi dalam latar belakang pendidikan dan lama usaha responden menjadi faktor yang memungkinkan kreativitas belum mampu memicu keyakinan diri, mengingat konstruk psikologis tersebut sering kali lebih dipengaruhi oleh bukti keberhasilan operasional.

Implikasi dari temuan ini adalah pelaku usaha tidak cukup hanya memiliki ide kreatif, tetapi perlu diarahkan agar ide tersebut dapat diuji, dikembangkan, dan diimplementasikan secara nyata dalam usaha. Lembaga pelatihan dan pendampingan usaha perlu menyediakan program yang tidak hanya mendorong penciptaan ide, tetapi juga memberikan praktik validasi ide bisnis, simulasi pemecahan masalah, dan evaluasi hasil. Dengan cara tersebut, kreativitas dapat lebih mudah berubah menjadi pengalaman keberhasilan yang memperkuat *Self-efficacy* pelaku usaha.

Pengaruh Inovasi terhadap *Self-efficacy*

Berlandaskan analisis diinformasikan inovasi berpengaruh signifikan terhadap *Self-efficacy*. Hal ini dibuktikan melalui angka *original sample* 1,007, *t-statistics* 32,045 yang melampaui 1,96, dan *p-value* 0,000 dimana tidak mencapai 0,05. Sehingga, hipotesis kedua (H2) diterima dinyatakan diterima. Peningkatan kemampuan inovasi secara menyeluruh, mulai dari aspek proses hingga model bisnis, terbukti mampu mengakselerasi tingkat *Self-efficacy* pelaku usaha dalam menghadapi dinamika kewirausahaan.

Data ini mendukung temuan penelitian sebelumnya yang mengindikasikan adanya pengaruh signifikan inovasi terhadap pencapaian kinerja unggul dan kesiapan strategis perusahaan. Haseeb et al. (2019) menegaskan inovasi dan pemanfaatan teknologi menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja bisnis berkelanjutan. Rachmawati dan Ardyan (2023) juga menempatkan inovasi dan kapabilitas digital sebagai faktor penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Inovasi terbukti menjadi prediktor yang lebih kuat daripada

keaktivitas dan pelatihan karena tidak hanya terbatas pada konsepsi ide, melainkan telah diimplementasikan dalam bentuk perubahan konkret pada aktivitas usaha.

Implikasi dari temuan ini adalah pelaku UMKM dan startup perlu terus memperkuat kemampuan inovasi, baik melalui pembaruan produk, penggunaan teknologi digital, pengembangan strategi pemasaran, maupun perbaikan proses operasional. Bagi pemerintah dan lembaga pendamping UMKM, hasil ini menunjukkan pentingnya program yang mendorong inovasi praktis, seperti pelatihan digital marketing, pengembangan kemasan, pemanfaatan marketplace, dan pembaruan proses produksi. Semakin nyata inovasi yang dilakukan pelaku usaha, semakin besar pula rasa percaya diri mereka untuk menghadapi persaingan dan mengembangkan bisnis.

Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap *Self-efficacy*

Sesuai perolehan analisis pelatihan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Self-efficacy*. Angka *original sample* -0,053, *t-statistics* 1,364 yang tidak melampaui 1,96, dan *p-value* 0,173 melampaui 0,05 mengonfirmasi penolakan hipotesis ketiga (H3). Artinya, pelatihan kewirausahaan yang diikuti responden belum mampu meningkatkan *Self-efficacy* secara signifikan.

Berbeda dengan konsensus riset terdahulu, data dalam penelitian ini tidak menemukan bukti bahwa pelatihan kewirausahaan mampu secara otomatis meningkatkan efikasi diri dan intensi berwirausaha. Nowinski dan Haddoud (2019) menjelaskan bahwa role model dan pembelajaran kewirausahaan dapat mendorong intensi berwirausaha, sedangkan Mercuri Buana Publishing (2023) menyebutkan bahwa pendidikan dan pelatihan kewirausahaan berhubungan dengan peningkatan *Self-efficacy* dan minat berwirausaha. Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh kualitas, durasi, relevansi, dan metode pelatihan yang diterima responden. Pelatihan yang hanya bersifat teoritis, singkat, atau tidak sesuai kebutuhan usaha belum tentu mampu meningkatkan kepercayaan diri pelaku usaha secara nyata.

Implikasi dari temuan ini adalah penyelenggara pelatihan perlu mengevaluasi kembali desain program pelatihan kewirausahaan. Materi pelatihan sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan usaha peserta, disertai praktik langsung, studi kasus, pendampingan pasca pelatihan, dan evaluasi penerapan hasil pelatihan. Bagi pelaku usaha, mengikuti pelatihan perlu disertai komitmen untuk menerapkan ilmu yang diperoleh dalam aktivitas bisnis agar pelatihan tidak hanya menjadi pengetahuan, tetapi juga pengalaman yang membentuk kepercayaan diri.

Pengaruh *Self-efficacy* terhadap Keberhasilan Usaha

Perolehan analisis *Self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Kondisi dibuktikan oleh angka *original sample* 0,662, *t-statistics* 7,358 yang melampaui 1,96, serta *p-value* 0,000 tidak mencapai 0,05. Sehingga, hipotesis keempat (H4) diterima. Kapasitas pelaku usaha dalam mengelola risiko dan mengambil keputusan yang didasari oleh keyakinan diri yang tinggi menjadi faktor pendorong utama bagi optimalisasi keberhasilan usaha.

Data ini mendukung temuan riset terdahulu yang menekankan bahwa aspek psikologis, khususnya *Self-efficacy*, memiliki peran vital dalam dinamika dunia kewirausahaan. Newman et al. (2019) menjelaskan bahwa entrepreneurial *Self-efficacy* berhubungan dengan berbagai aspek perilaku dan hasil kewirausahaan. Miao, Qian, dan Ma (2017) juga menyatakan *Self-efficacy* berasosiasi dengan kinerja usaha. Kesesuaian dengan studi Amelia et al. (2025) mengindikasikan bahwa keberhasilan usaha merupakan sinergi antara faktor sumber daya (modal dan produk) dengan faktor psikologis berupa keyakinan diri dalam mengeksekusi strategi.

Implikasi dari temuan ini adalah penguatan *Self-efficacy* perlu menjadi perhatian utama dalam pengembangan kewirausahaan. Pelaku usaha yang percaya diri akan lebih berani

mengambil keputusan, lebih tahan menghadapi hambatan, dan lebih konsisten dalam mencapai target usaha. Oleh karena itu, program pembinaan UMKM perlu menggabungkan aspek teknis dan psikologis, seperti mentoring, coaching, role model, simulasi bisnis, dan pemberian umpan balik positif agar pelaku usaha memiliki keyakinan yang lebih kuat untuk mengembangkan usahanya.

Peran *Self-efficacy* sebagai Variabel Mediasi

Variabel *Self-efficacy* dioperasikan sebagai variabel mediasi untuk menguji apakah pengaruh Kreativitas, Inovasi, dan Pelatihan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha bersifat langsung atau melalui perantara psikologis. Hasil pengujian menunjukkan bahwa jalur inovasi terhadap *Self-efficacy* signifikan dan jalur *Self-efficacy* terhadap keberhasilan usaha juga signifikan. Dengan demikian, secara indikatif *Self-efficacy* dapat menjelaskan hubungan antara inovasi dan keberhasilan usaha. Namun, jalur kreativitas terhadap *Self-efficacy* dan pelatihan kewirausahaan terhadap *Self-efficacy* tidak signifikan, sehingga peran mediasi *Self-efficacy* pada hubungan kreativitas dan pelatihan terhadap keberhasilan usaha belum didukung oleh analisis.

Studi ini memberikan perspektif yang berbeda dibandingkan riset terdahulu yang melaporkan bahwa pengembangan *Self-efficacy* dan pencapaian hasil usaha sangat bergantung pada tingkat kreativitas serta kualitas pelatihan yang diterima. Newman et al. (2019) menempatkan *Self-efficacy* sebagai mekanisme penting dalam menjelaskan perilaku dan hasil kewirausahaan. Temuan ini menyiratkan pembentukan efikasi diri pelaku usaha tidak bergantung pada semua dimensi kewirausahaan, tetapi lebih terakselerasi saat individu memiliki rekam jejak inovasi yang nyata di lapangan. Selain itu, sesuai pendekatan Preacher dan Hayes (2008), pengujian mediasi yang ideal tetap memerlukan nilai indirect effect secara khusus agar keputusan mediasi dapat dinyatakan secara lebih kuat.

Implikasi dari hasil ini adalah pelaku usaha dan pihak pendamping perlu memfokuskan penguatan *Self-efficacy* melalui aktivitas yang langsung dapat dirasakan manfaatnya, terutama inovasi produk, inovasi pemasaran, dan inovasi proses usaha. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menampilkan tabel specific indirect effect dari SmartPLS agar peran mediasi *Self-efficacy* dapat diuji secara lebih lengkap pada masing-masing jalur kreativitas, inovasi, dan pelatihan terhadap keberhasilan usaha.

5. Penutup

Studi menegaskan inovasi berpengaruh signifikan terhadap *Self-efficacy*, sedangkan kreativitas dan pelatihan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Self-efficacy*, serta *Self-efficacy* terbukti berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Secara tidak langsung, *Self-efficacy* mampu menjelaskan hubungan antara inovasi dan keberhasilan usaha, namun tidak pada kreativitas dan pelatihan. Ruang lingkup penelitian yang hanya mencakup Manyaran, Wonogiri, serta ukuran sampel yang relatif kecil (n=102) menjadi hambatan dalam menyimpulkan hasil penelitian secara lebih luas. Implikasi praktis dari studi ini menekankan pentingnya pelaku usaha meningkatkan daya inovatif dan keyakinan diri, yang didukung oleh kurikulum pelatihan berbasis psikologi serta kebijakan pemerintah yang akomodatif terhadap akses modal.

Daftar Pustaka

Ahmad, N. N., & Jamil, N. N. (2020). Measuring the financial and nonfinancial performance of micro-enterprise in Pahang, Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(10), 706-717. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v10-i10/8004>

- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context: Update to The Social Psychology of Creativity*. Westview Press.
- Anjum, T., Farrukh, M., Heidler, P., & Diaz Tautiva, J. A. (2021). Entrepreneurial intention: Creativity, entrepreneurship, and university support. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 11. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010011>
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman.
- Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2009). Towards a multidisciplinary definition of innovation. *Management Decision*, 47(8), 1323-1339. <https://doi.org/10.1108/00251740910984578>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Haseeb, M., Hussain, H. I., Slusarczyk, B., & Jermsittiparsert, K. (2019). Industry 4.0: A solution towards technology challenges of sustainable business performance. *Social Sciences*, 8(5), 154. <https://doi.org/10.3390/socsci8050154>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Herlinawati, E., & Machmud, A. (2020). The effect of innovation on increasing business performance of SMEs in Indonesia. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 17, 51-57. <https://doi.org/10.37394/23207.2020.17.7>
- Miao, C., Qian, S., & Ma, D. (2017). The relationship between entrepreneurial *Self-efficacy* and firm performance: A meta-analysis of main and moderator effects. *Journal of Small Business Management*, 55(1), 87-107. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12240>
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial *Self-efficacy*: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 403-419. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>
- Noe, R. A. (2020). *Employee training and development* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Nowinski, W., & Haddoud, M. Y. (2019). The role of inspiring role models in enhancing entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 96, 183-193. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.005>
- OECD/Eurostat. (2018). *Oslo Manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation* (4th ed.). OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40, 879-891. <https://doi.org/10.3758/BRM.40.3.879>
- Rae, D. (2006). Entrepreneurial learning: A conceptual framework for technology-based enterprise. *Technology Analysis & Strategic Management*, 18(1), 39-56. <https://doi.org/10.1080/09537320500520494>
- Runco, M. A., & Jaeger, G. J. (2012). The standard definition of creativity. *Creativity Research Journal*, 24(1), 92-96. <https://doi.org/10.1080/10400419.2012.650092>

- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial least squares structural equation modeling. In C. Homburg, M. Klarmann, & A. Vomberg (Eds.), *Handbook of market research*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley.
- Srimulyani, V. A., & Hermanto, Y. B. (2022). Impact of entrepreneurial *Self-efficacy* and entrepreneurial motivation on micro and small business success for food and beverage sector in East Java, Indonesia. *Economies*, 10(1), 10. <https://doi.org/10.3390/economies10010010>
- Tantawy, M., Herbert, K., McNally, J. J., Mengel, T., Piperopoulos, P., & Foord, D. (2021). Bringing creativity back to entrepreneurship education: Creative *Self-efficacy*, creative process engagement, and entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing Insights*, 15, e00239. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2021.e00239>
- Tehseen, S., Johara, F., Halbusi, H. A., Islam, M. A., & Fattah, F. A. M. A. (2023). Measuring dimensions of perceived business success among Malaysian and Bangladeshi SME owners. *Rajagiri Management Journal*, 17(2), 102-124. <https://doi.org/10.1108/RMJ-05-2021-0045>
- Wang, X. H., You, X. Y., Wang, H. P., Wang, B., Lai, W. Y., & Su, N. (2023). The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention: Mediation of entrepreneurial *Self-efficacy* and moderating model of psychological capital. *Sustainability*, 15(3), 2562. <https://doi.org/10.3390/su15032562>
- Ward, T. B. (2004). Cognition, creativity, and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 173-188. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00005-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00005-3)
- Wu, L., Jiang, S., Wang, X., Yu, L., Wang, Y., & Pan, H. (2022). The mediating role of entrepreneurial *Self-efficacy* and entrepreneurial intention in the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial behavior. *Frontiers in Psychology*, 12, 727826. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.727826>