

ARTI PENTING KREATIVITAS TERHADAP PENCIPTAAN IDE BISNIS STUDI KASUS PADA MAHASISWA FE-UKRIDA, JAKARTA

YB Andre Marvianta
Diana Frederica
Wahyu Prasetyo

Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Krida Wacana
Jl. Tanjung Duren Raya No. 4, Jakarta Barat 11470

ybam@ukrida.ac.id
diana.frederica@ukrida.ac.id
wahyu.prasetyo@ukrida.ac.id

Abstract: *The purpose of this study was to analyze whether there is a significant relationship between the student creativity towards the strategy to look for business opportunities, analyze whether there is a significant relationship between the student creativity towards the creation of a business idea, and analyze significant relationship between the strategy to look for business opportunities towards the creation of a business idea. Data obtained using questionnaires with sampling technique is purposive sampling. The data were processed using the statistical method of Structural Equation Modeling (SEM). Hypothesis testing results indicate that student creativity influential towards the strategy to look for business opportunities, the student creativity influential towards the creation of a business idea, and the students creativity contained in the strategy to look for business opportunities influential towards the creation of a business idea. However, the strategy to look for business opportunities not have an influence on the creation of a business idea.*

Keywords : Creativity, Strategy to Look for Business Opportunities, Business Ideas

PENDAHULUAN

Negara Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki sumberdaya manusia yang besar di kawasan Asia Tenggara, untuk itu diperlukan daya juang yang tinggi di tengah-tengah era globalisasi sehingga Indonesia diharapkan mampu memenangkan kompetisi. Untuk itulah dibutuhkan para jiwa wirausaha muda yang kreatif. Wirausaha menjadi salah satu pilar ekonomi nasional dalam menghadapi ekonomi global sekaligus solusi mengurangi kemiskinan serta menyerap pengangguran.

Universitas Kristen Krida Wacana sebagai lembaga pendidik yang menghasilkan lulusan-lulusan calon wirausaha muda, memiliki peran yang sangat besar dalam hal ini, sehingga perlu dianalisa apakah kreativitas mahasiswa berpengaruh terhadap strategi dalam mencari peluang usaha, apakah kreativitas mahasiswa berpengaruh terhadap penciptaan ide bisnis, apakah strategi dalam mencari peluang usaha berpengaruh terhadap penciptaan ide bisnis. Diharapkan dengan adanya hasil penelitian ini, dapat memberikan masukan kepada universitas khususnya Ukdida dalam upaya meningkatkan wirausaha muda di Indonesia.

KAJIAN PUSTAKA

Penciptaan Ide Bisnis

Penciptaan suatu ide bisnis merupakan salah satu faktor penting dalam memulai sebuah bisnis. Dengan telah adanya berbagai macam bisnis, para wirausaha muda harus mampu bersaing dengan bisnis barunya. Hal ini tidaklah mudah bagi para lulusan universitas sebagai calon wirausaha muda karena mereka harus mengembangkan kreativitas yang dimiliki. Ide dalam konteks kewirausahaan di sini adalah gagasan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (Putri 2012). Sehingga dapat disimpulkan bahwa penciptaan ide bisnis merupakan penciptaan gagasan yang menciptakan suatu bisnis yang baru dan berbeda.

Kreativitas

Perlu adanya sebuah strategi untuk dapat menemukan peluang-peluang bisnis. Orang yang memiliki kreativitas akan mencari peluang bisnis dengan strategi tertentu. Definisi kreativitas dalam penelitian ini adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang (Zimmerer et.al 2008). Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa kreativitas memiliki dampak yang positif terhadap strategi dalam mencari peluang bisnis (Heinonen et.al. 2011). Seseorang yang ingin mengembangkan kreatifitasnya dalam berwirausaha akan cenderung melakukan strategi-strategi mencari peluang bisnis.

H1: *Kreativitas berpengaruh terhadap strategi mencari peluang bisnis.*

Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa terdapat siswa yang sangat kreatif dengan atribut tertentu seperti orisinalitas, ketekunan/kegigihan, pemikir yang independen, berpendirian teguh. Mereka tidak secara langsung memutuskan sebuah ide bisnis terlalu dini, namun mematangkan ide tersebut sementara waktu. Selain itu, mereka menganalisis masalah yang mungkin terjadi dan mencari beberapa alternatif solusi untuk memecahkan masalah tersebut (Gomez 2007). Kreativitas bersama dengan pengalaman berwirausaha, memiliki hubungan yang positif dengan niat kewirausahaan (Yar Hamidi et.al. 2008). Memahami kreativitas akan memberikan dasar yang kuat untuk membuat modul atau perangkat kewirausahaan. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa kreativitas berpengaruh signifikan terhadap niat untuk berwirausaha (Hadiyati 2011).

H2: *Kreativitas berpengaruh terhadap penciptaan ide bisnis.*

Strategi Mencari Peluang Bisnis

Peluang bisnis dapat diartikan sebagai kesempatan pasti yang bisa didapatkan seseorang atau lebih dengan mengandalkan potensi diri yang ada serta memanfaatkan berbagai kesempatan (Putri 2012). Strategi pencarian peluang dapat diartikan sebagai perilaku pengusaha yang bertujuan untuk menciptakan sebuah konsep bisnis yang strategis. Salah satu strategi dalam mencari peluang bisnis adalah *knowledge acquisition*. Yang dimaksud dengan *knowledge acquisition* adalah pengumpulan informasi tentang pelanggan, teknologi, produk, keuangan dan penelitian, dan menggabungkan serta mengintegrasikan informasi tersebut menjadi sebuah pengetahuan bisnis (Puhakka 2007).

Seorang wirausaha mengidentifikasi peluang bisnis untuk menciptakan dan memberikan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan dalam sebuah prospektif usaha. Investigasi yang diteliti dan kepekaan terhadap kebutuhan pasar, serta kemampuan untuk melihat penyebaran sumber daya dapat membantu seorang wirausaha untuk mulai mengembangkan peluang bisnis. Perkembangan pencarian peluang bisnis yang berhasil, diikuti oleh penciptaan bisnis yang berhasil (Ardichvili et.al. 2003). Seorang wirausaha harus mengamati peluang yang berkaitan dengan mengantisipasi pesaing di pasaran, potensi-potensi apa yang dimiliki pesaing di pasar (Putri 2012).

H3: *Strategi mencari peluang bisnis berpengaruh terhadap penciptaan ide bisnis.*

METODE PENELITIAN

Jenis Data

Desain penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah desain *single cross-sectional*, karena berupa pengumpulan informasi dari sampel tertentu yang hanya dilakukan satu kali (Maholtra, 1999).

Pengumpulan data primer tersebut dilakukan dengan wawancara langsung ke responden dengan metode survai melalui penyebaran kuesioner terstruktur. Kuesioner berisi daftar pertanyaan berkaitan dengan variabel penelitian dibagikan langsung ke para mahasiswa. Kuesioner tersebut langsung dikembalikan begitu selesai diisi oleh para mahasiswa. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatoris, maksudnya untuk memperoleh penjelasan mengenai kreativitas dan gagasan bisnis para mahasiswa.

Teknik Pengambilan Sampel dan Ukuran Sample

Unit analisis dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ukrida, sedangkan sampel penelitian ini adalah mahasiswa Ukrida. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel yang

diambil sebanyak 101 mahasiswa yang terdiri dari mahasiswa program studi manajemen dan program studi akuntansi.

Besarnya jumlah sampel dalam penelitian dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) minimal 50 orang responden namun hal ini tidak dianjurkan (Hair, et al., 1998). Jumlah sampel yang dibutuhkan menurut saran Hair, et al. (1998) untuk setiap variabel teramati (indikator) membutuhkan antara 5 sampai 10 responden. Penelitian ini menggunakan sekitar 11 butir pernyataan sebagai variabel teramati (indikator) sehingga banyaknya responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak antara 55-110 responden.

Teknik penarikan sampel dilakukan dengan metode *Purposive Sampling*. Metode ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner ke para mahasiswa Ukrida.

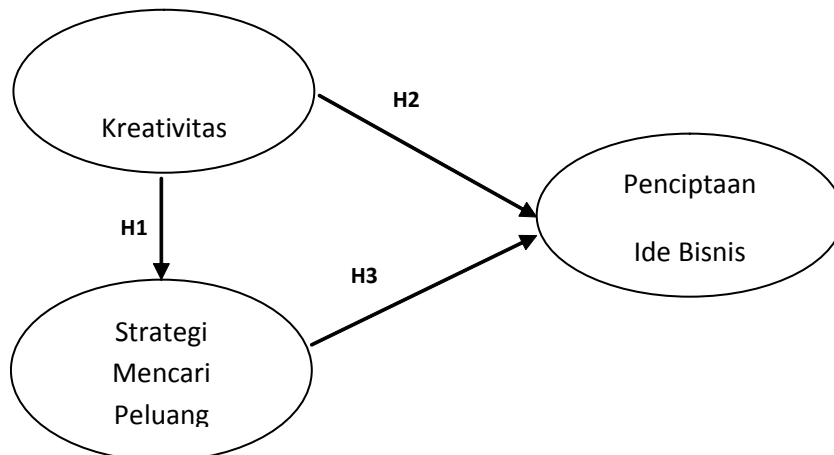
Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya

Variabel penelitian ini meliputi: *Kreativitas*, *Strategi Mencari Peluang*, dan *Penciptaan Ide Bisnis*. Keseluruhan item pernyataan konstruk penelitian pada kuesioner penelitian ini menggunakan skala Likert dengan rentang pengukuran dari angka 1 sampai dengan angka 4, dimana angka 1 menunjukkan pernyataan “sangat tidak setuju”, sedangkan angka 4 menunjukkan pernyataan “sangat setuju”.

Skala Likert ini digunakan untuk mengukur sikap responden tentang suatu variabel penelitian yang digunakan oleh peneliti. Dengan menggunakan skala Likert, maka variabel-variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Indikator-indikator yang dapat diukur tersebut berupa pernyataan-pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Kuesioner dibagi menjadi 4 bagian, yaitu:

- Demografik responden (jenis kelamin, usia, program studi, kondisi usaha, serta pekerjaan orang tua responden)
- Variabel kreatifitas yang terdiri dari 4 item pernyataan
- Variabel strategi mencari peluang yang terdiri dari 3 item pernyataan
- Variabel penciptaan ide bisnis yang terdiri dari 4 item pernyataan

Kerangka Konseptual Penelitian



Metode Penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *penelitian korelasional*, yaitu untuk mengetahui keeratan hubungan antara Kreativitas, dan Strategi Mencari Peluang terhadap Penciptaan Ide Bisnis secara keseluruhan dari mahasiswa yang bersangkutan.

Pengolahan data menggunakan metode statistik *Structural Equation Modeling* (SEM). SEM merupakan salah satu pendekatan statistik untuk menguji beberapa konsep (*construct*) variabel dependen dan beberapa konsep (*construct*) variabel independen secara serentak (simultan). Untuk kepentingan komputasi digunakan perangkat lunak Ms. Excel dan MX. Program perangkat lunak Ms. Excel digunakan untuk analisis deskriptif, sedangkan perangkat lunak MX digunakan untuk menganalisis sikap mahasiswa.

Setiap variabel penelitian diuji kesesuaiannya terhadap konsep (*construct*) yang dikembangkan melalui *Unidimensionality*. Setelah variabel-variabel (indikator) penelitian yang tidak relevan atau *loading factor*-nya rendah dikeluarkan dari model penelitian, langkah selanjutnya melakukan uji kesesuaian (*goodness of fit*) terhadap *Structural Model*.

Tabel 1
Kriteria Uji Kesesuaian terhadap *Structural Model*

No.	Indeks	Kriteria
1	<i>ML ChiSq</i> ($= \chi^2$) {ML= Maximum Likelihood}	Menguji signifikansi dari model penelitian. Diharapkan angka χ^2 adalah kecil agar nilai <i>Probability</i> ≥ 0.05
2	<i>Probability</i> {=Signifikansi}	Diharapkan angka <i>Probability</i> ≥ 0.05 agar hipotesis model teoritis dapat diterima, artinya: tidak terdapat perbedaan antara model teoritis yang sedang dikembangkan oleh sang peneliti dengan data empiris yang telah dikumpulkan berasal dari khalayak responden.
3	RMSEA (<i>Root Mean Square Error of Approximation</i>)	Rata-rata perbedaan <i>degree of freedom</i> populasi. Seharusnya <i>RMSEA</i> ≤ 0.08

Sumber: Augusty: 2002; Kristanto: 2011

HASIL ANALISIS

Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini, dilakukan penyebaran kuesioner sebanyak 101 kuesioner. Obyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Ukrida program studi Manajemen dan Akuntansi. Dari 101 kuesioner yang telah disebar, terdapat 98 kuesioner yang dapat diolah.

Gambaran umum responden diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, program studi, pengalaman berwirausaha dan pekerjaan orang tua. Adapun profil pribadi dari responden adalah sebagai berikut:

1. Profil responden berdasarkan jenis kelamin.

Data responden berdasarkan jenis kelamin dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2
Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	33	33,7%
Wanita	65	66,3%
Total	98	100%

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel di atas, jumlah responden didominasi oleh wanita sebanyak 65 responden atau 66,3% sedangkan responden pria hanya sebanyak 33 responden atau 33,7%.

2. Profil responden berdasarkan usia.

Data responden berdasarkan usia dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3
Profil Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
18 – 20 th	52	53,06%
21 – 23 th	40	40,82%
24 – 26 th	3	3,06%
> 26 th	3	3,06%
Total	98	100%

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel di atas, jumlah responden sebanyak 53,06% berusia 18 – 20 tahun. Sebagian besar sisanya sebanyak 40,82% berusia 21 – 23 tahun.

3. Profil responden berdasarkan program studi.
Data responden berdasarkan program studi dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4
Profil Responden Berdasarkan Program Studi

Program Studi	Jumlah	Persentase
Manajemen	26	26,53%
Akuntansi	72	73,47%
Total	98	100%

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel di atas, lebih dari 50% jumlah responden didominasi oleh mahasiswa program studi Akuntansi, yaitu sebanyak 73,47% atau 72 responden.

4. Profil responden berdasarkan pengalaman berwirausaha.
Data responden berdasarkan pengalaman berwirausaha dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5
Profil Responden Berdasarkan Pengalaman Berwirausaha

Pengalaman berwirausaha	Jumlah	Persentase
Sudah menjalankan usaha sendiri	13	13,27%
Tidak menjalankan usaha sendiri	85	86,73%
Total	98	100%

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel di atas, pada saat penyebaran kuesioner ini dilakukan, sebanyak 85 responden sedang tidak menjalankan usaha sendiri. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa sebelumnya responden pernah menjalankan usaha sendiri. Sebanyak 13 responden saat ini telah menjalankan usaha sendiri.

5. Profil responden berdasarkan pekerjaan orang tua.
Data responden berdasarkan pekerjaan orang tua dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6
Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua

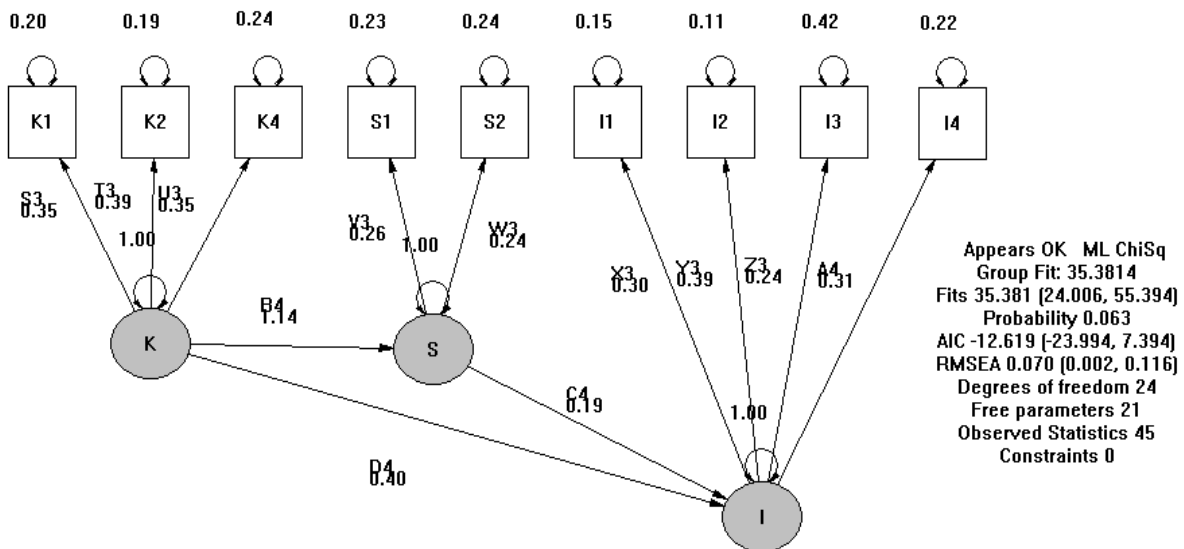
Pekerjaan Orang Tua	Jumlah	Persentase
Wirausaha	54	55,10%
Non Wirausaha	44	44,90%
Total	98	100%

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel di atas, latar belakang orang tua responden sebagian besar sebagai wirausahawan. Sebanyak 54 responden atau 55,10% responden memiliki orang tua seorang wirausahawan.

HASIL PENGOLAHAN DATA

Berikut adalah hasil pengolahan data menggunakan program Mx.



Pengolahan data dilakukan dalam tiga tahapan, sebagai berikut:

1. Kecocokan Keseluruhan Model

Tabel 7
Hasil Kecocokan Keseluruhan Model

Kriteria	Kecocokan Indikator	Hasil Estimasi	Kesimpulan
Chi-square	24.006 – 55.394	35.3814	Baik
Probability	> 0.05	0.063	Baik
RMSEA	0.002 – 0.116	0.070	Baik

Sumber: Data diolah

Dari tabel di atas, hasil uji kecocokan keseluruhan model adalah baik. Sehingga analisis dapat dilanjutkan.

2. Kecocokan Model Pengukuran

Tabel 8
Hasil Kecocokan Model Pengukuran

Veriabel	K1	K2	K4	S1	S2	I1	I2	I3	I4
Std Load	0.35	0.39	0.35	0.26	0.24	0.30	0.39	0.24	0.31

Sumber: Data diolah

Variable Laten	<i>Construct Reliability</i> >0.7	<i>Variance Extracted</i> >0.5	Kesimpulan
K	0.65348	0.386623	Kurang Baik
S	0.34722	0.210349	Kurang Baik
I	0.63078	0.305448	Kurang Baik

Sumber: Data diolah

Keterangan:

K = Variabel **Kreativitas**

S = Variabel **Strategi Mencari Peluang**

I = Variabel **Penciptaan Ide Bisnis**

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa model pengukuran semuanya dinyatakan valid, yaitu nilai *standardized loading factor* > 0.2. Item pernyataan K3 yang merupakan item pernyataan untuk variable kreativitas dan item pernyataan S3 yang merupakan item pernyataan untuk variable strategi mencari peluang telah dibuang karena hasil sebelumnya untuk item pernyataan K3 dan S3 tidak valid.

Dilihat dari nilai *Construct Reliability* dan nilai *Variance Extracted* dari masing-masing variable laten, menghasilkan nilai yang kurang baik karena nilai *Construct Reliability* < 0.7 dan nilai *Variance Extracted* < 0.5.

3. Uji Hipotesis

Tabel 9
Uji Hipotesis

Path	Std Load	Kriteria : Ho ditolak jika > 0,20	Kesimpulan
K → S	1.14	> 0,20	Signifikan
K → I	0.40	> 0,20	Signifikan
S → I	0.19	< 0,20	Tidak Signifikan
K → I (melewati S)	$(1.14+0.19)/2 = 0.665$	> 0,20	Signifikan

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 10, dapat kita simpulkan bahwa:

- Hasil *standardized loading factor* untuk variable Kreativitas terhadap Strategi mencari peluang adalah $1.14 > 0.2$ sehingga H1 diterima. Dengan kata lain, kreativitas berpengaruh terhadap strategi mencari peluang bisnis. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Hainonen et.al 2011.
- Hasil *standardized loading factor* untuk variable Kreativitas terhadap Penciptaan Ide Bisnis adalah $0.40 > 0.2$ sehingga H2 diterima. Dengan kata lain, kreativitas berpengaruh terhadap penciptaan ide bisnis. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Yar Hamidi et.al. 2008 dan Hadiyati 2011.
- Hasil *standardized loading factor* untuk variable Strategi mencari peluang terhadap Penciptaan Ide Bisnis adalah $0.19 < 0.2$ sehingga H3 ditolak. Dengan kata lain, Strategi mencari peluang tidak berpengaruh terhadap Penciptaan Ide Bisnis. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Puhakka 2007.

- d. Hasil *standardized loading factor* untuk variable Kreativitas terhadap Penciptaan Ide Bisnis melewati Strategi mencari peluang adalah $0.665 > 0.2$. Dengan kata lain, Kreativitas melalui Strategi mencari peluang berpengaruh terhadap Penciptaan Ide Bisnis. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Hainonen et.al 2011.

PEMBAHASAN

Kreativitas berpengaruh terhadap strategi dalam mencari peluang bisnis

Setiap orang pada dasarnya sudah memiliki kreativitas di dalam dirinya. Namun kreativitas tersebut perlu diasah atau dikembangkan. Seseorang yang kreatif, dalam hal ini adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang, diperlukan sebuah strategi untuk mendapatkan peluang-peluang bisnis tersebut. Strategi yang dimaksud di sini adalah pengumpulan berbagai informasi yang berkaitan tentang bisnis, seperti informasi mengenai konsumen, tren yang sedang berkembang, produk, teknologi, dan lain sebagainya. Seseorang yang kreatif, akan cenderung aktif dalam mencari informasi seputar bisnis sesuai dengan bisnis yang ingin diciptakan/dikembangkan. Semakin kreatif seseorang, semakin aktif dalam mencari peluang bisnis.

Kreativitas berpengaruh terhadap penciptaan ide bisnis

Perkembangan dunia usaha menuntut para lulusan sebagai calon wirausaha muda untuk dapat berdaya saing. Untuk dapat berdaya saing, dibutuhkan sebuah usaha yang kreatif. Seseorang yang memiliki kreativitas tinggi, cenderung dapat melihat peluang-peluang bisnis di sekitarnya, sehingga walaupun sudah terdapat beragam jenis bisnis, ia tetap dapat memunculkan ide-ide bisnis yang baru. Mungkin dengan mengkombinasikan hal-hal yang telah ada menjadi suatu bisnis baru. Semakin kreatif seseorang, semakin memiliki kemungkinan untuk menciptakan sebuah ide bisnis baru.

Strategi mencari peluang bisnis tidak berpengaruh terhadap Penciptaan Ide Bisnis

Sebuah penciptaan ide bisnis tidak bergantung dari strategi yang digunakan dalam mencari peluang bisnis. Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mencari berbagai informasi yang berhubungan dengan bisnis. Hal ini mungkin disebabkan terdapat strategi lain yang perlu dilakukan juga dalam penciptaan sebuah ide bisnis. Strategi yang lain seperti memahami arena kompetitif, memahami perkembangan masa depan, mencoba untuk menggunakan pengetahuan orang lain untuk melihat visi masa depan yang lebih realistis, dan yang lainnya (Puhakka 2007).

Kreativitas melalui strategi mencari peluang berpengaruh terhadap Penciptaan Ide Bisnis

Seseorang yang kreatif cenderung aktif mencari informasi-informasi dan peluang-peluang bisnis sehingga dapat menciptakan sebuah ide bisnis baru dengan mengkombinasikan beberapa hal menjadi hal yang baru. Dengan perlakuan yang aktif dalam mencari peluang bisnis, seseorang yang memiliki kreativitas tinggi, juga akan mencari beberapa alternatif solusi jika terdapat hambatan dalam menciptakan sebuah ide bisnis, sehingga sekalipun bertemu dengan hambatan-hambatan, namun tetap dapat menemukan solusinya.

Berdasarkan pembahasan di atas, universitas sebagai lembaga pendidik perlu berupaya mengembangkan kreativitas para mahasiswa dan memberikan pengalaman-pengalaman mengenai strategi mencari peluang bisnis agar setelah lulus dari perguruan tinggi, mahasiswa telah memiliki bekal bahkan dapat memiliki usaha sendiri. Mahasiswa diarahkan untuk menjadi seorang wirausaha agar dapat menekan angka pengangguran di Indonesia. Beberapa alternatif kegiatan yang dapat dilakukan adalah:

1. Adanya inkubator bisnis di dalam sebuah perguruan tinggi. Dengan adanya inkubator bisnis, diharapkan dapat menjadi wadah untuk menyalurkan kreatifitas para mahasiswa dalam berwirausaha. Memberikan pengalaman dalam menjalankan sebuah bisnis serta mengajarkan bagaimana menghadapi hambatan-hambatan bisnis yang terjadi.
2. Melakukan kompetisi bisnis secara berkala. Mahasiswa akan berkompetisi untuk mengasah kreativitas mereka dalam berbisnis, menganalisis peluang-peluang bisnis, dan dapat mengaplikasikan berbagai strategi dalam mencari peluang bisnis.

3. Memberikan pembekalan seperti seminar atau *talkshow* dengan tema wirausaha. Mengundang para pengusaha sukses atau narasumber yang ahli di bidang wirausaha. Bagaimana strategi mereka dalam penciptaan sebuah bisnis baru.

Segala bentuk partisipasi aktif sebuah perguruan tinggi yang terencana, konsisten dan terarah untuk mempersiapkan wirausaha muda akan member kontribusi positif bagi peningkatan jumlah wirausaha muda di Indonesia (Rahayu dan Utami 2012).

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah model pengukuran yang kurang reliable. Hal ini mungkin dikarenakan pengisian kuesioner oleh responden yang asal-asalan. Sehingga perlu pengukuran yang reliable agar hasil penelitian selanjutnya dapat lebih akurat. Di samping itu, variable strategi mencari peluang dapat lebih dikembangkan, tidak hanya mengambil salah satu strategi saja.

DAFTAR RUJUKAN

- Ardichvili, A., Cardozo, R. dan Ray, S. 2003. A theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development. *Journal of Business Venturing*, Vol. 18 No. 4, hal. 105-23.
- Augusty, F. 2002. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian*. Edisi 2, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Badan Pusat Statistik. 2013. Jakarta. <http://www.bps.go.id>
- Gomez, J.G. 2007. What Do We Know About Creativity?. *Journal of Effective Teaching*, Vol. 7 No. 1, hal 31 – 43.
- Hadiyati, E. 2011. Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 13 No. 1, hal. 8 – 16.
- Hair, J.F., R.E. Anderson, R.L. Tatham dan W.C. Black. 1998. *Multivariate Data Analysis*. Edisi 5., New Jersey: Prentice Hall.
- Heinonen, J., Hytti, U. dan Stenholm, P. 2011. The Role of Creativity in Opportunity Search and Business Idea Creation. *Education+Training*, Vol. 53 No. 8/9, hal 659 – 672.
- Kristanto, S.B. 2011. Modul Structural Equation Modelling (SEM): Menggunakan Software MX dan LISREL. (monograph), Jakarta: Ukrida
- Maholtra, N. K., 1999, *Marketing Research: an Applied Orientation*, Third Edition. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, Inc
- Puhakka, V. 2007. Effects of Opportunity Discovery Strategies of Entrepreneurs on Performance of New Ventures. *Journal of Entrepreneurship*, Vol. 16 No. 1, hal 19 – 51.
- Putri, D.R. 2012. Ide dan Peluang dalam Konteks Kewirausahaan di Tengah Kemerosotan Minat Masyarakat Menjadi Pengusaha. *Makalah Kewirausahaan*.
- Rahayu, S dan Utami W. 2012. Partisipasi Aktif Perguruan Tinggi Untuk Menciptakan Wirausaha Muda Melalui Transformasi Kewirausahaan. *Prosiding Seminar Nasional “Tantangan Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi pada Era Global”*. Hal 88 – 96.

Yar Hamidi, D., Wennberg, K. dan Berglund, H. 2008. Creativity in Entrepreneurship Education. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 15 No. 2, hal. 304-20.

Zimmerer, T.W, Scarborough, N.M dan Wilson D. 2008. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Edisi 5 Buku 1. Salemba Empat.