

Pengaruh Spontanitas dan Kreativitas Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Generasi Z di Solo Raya

Udur Fani Masihol Situmorang^{1*}, Sekar Ayu Dyah Maharani², Nesya Melviana Farawati³

^{1,2,3}Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta
Jl. Ki Mangun Sarkoro No. 20, Nusukan, Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah, 57135
Telp. (0271)719552
E-mail: 220414066@mhs.udb.ac.id*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak spontanitas dan kreativitas terhadap niat berwirausaha di kalangan Generasi Z di Solo Raya. Dalam dunia kerja yang semakin ketat, memahami sifat psikologis orang muda menjadi penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan penjelasan. Data diperoleh melalui kuesioner berbentuk skala Likert yang diberikan kepada 50 orang responden dengan metode pengambilan sampel sengaja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara individual, kreativitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha, sedangkan spontanitas tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Namun, ketika kedua faktor tersebut dipertimbangkan bersama, keduanya secara signifikan berkontribusi dalam menjelaskan tingkat niat berwirausaha Generasi Z di Solo Raya.

Kata Kunci: Generasi Z, Intensi Berwirausaha, Kreativitas, Solo Raya, Spontanitas.

Abstract

This study aims to analyze the impact of spontaneity and creativity on entrepreneurial intentions among Generation Z in Solo Raya. In an increasingly competitive workforce, understanding the psychological characteristics of young people is crucial to supporting economic growth. The researchers employed a quantitative research method with an explanatory approach. Data were obtained through a Likert-scale questionnaire administered to 50 respondents using a purposive sampling method. The results showed that individually, creativity had a positive and significant influence on entrepreneurial intentions, while spontaneity showed no significant influence. However, when both factors were considered together, they significantly contributed to explaining the level of entrepreneurial intentions among Generation Z in Solo Raya.

Keywords: Generation Z, Entrepreneurial Intention, Creativity, Solo Raya, Spontaneity

1. PENDAHULUAN

Lanskap ekonomi digital yang berkembang pesat saat ini memaksa seluruh pelaku bisnis, termasuk calon wirausaha muda, untuk memiliki strategi yang adaptif dan inovatif. Dalam konteks ini, Generasi Z muncul sebagai pemain utama perubahan karena karakter mereka yang terbiasa dengan teknologi dan memiliki pola pikir mandiri. Secara teoritis, kesiapan mental seseorang untuk merencanakan dan memulai bisnis baru dikenal sebagai intensi berwirausaha. Merujuk pada Theory of Planned Behavior (TPB), niat individu merupakan indikator terbaik untuk memprediksi tindakan nyata di masa depan. Bagi Generasi Z, intensi ini bukan sekadar ketertarikan, melainkan komitmen untuk mengalokasikan sumber daya demi mencapai kemandirian finansial dan fleksibilitas kerja.

Nama Kabupaten/Kota	Generasi Z		
	Laki-laki	Perempuan	Total
3309. BOYOLALI	133.203	125.915	259.118
3310. KLATEN	151.294	142.506	293.800
3311. SUKOHARJO	114.293	108.232	222.525
3312. WONOGIRI	121.060	113.233	234.293
3313. KARANGANYAR	113.156	107.733	220.889
3314. SRAGEN	120.264	113.706	233.970
3372. SURAKARTA	65.323	63.293	128.616

Gambar 1. Jumlah Gen Z di Solo Raya tahun 2020

Sumber : *Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Tengah*

Di tingkat regional, potensi pengembangan wirausaha muda sangat terlihat di wilayah Solo Raya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020, jumlah Generasi Z di Jawa Tengah mencapai 1.593.211 jiwa, meliputi Sukoharjo, Karanganyar, Boyolali, Klaten, Sragen, Wonogiri serta Surakarta, yang mencerminkan sumber daya manusia yang besar untuk menggerakkan sektor ekonomi kreatif. Namun, populasi yang besar ini menciptakan persaingan yang ketat, di mana individu dituntut tidak hanya mampu melihat peluang, tetapi juga memberikan nilai inovatif agar dapat bersaing di pasar yang selektif.

Dua faktor psikologis yang diduga kuat memengaruhi intensi berwirausaha adalah spontanitas dan kreativitas. Spontanitas didefinisikan sebagai kecenderungan bertindak cepat berdasarkan insting tanpa perencanaan jangka panjang yang kaku. Sebagai generasi yang tumbuh di era digital, Gen Z cenderung spontan dalam merespons tren pasar. Namun, tindakan spontan tanpa dukungan ide orisinal sering kali gagal bertahan. Di sinilah peran kreativitas menjadi krusial sebagai kemampuan menghasilkan ide unik yang menjadi solusi atas masalah pasar. Individu yang kreatif cenderung memiliki kepercayaan diri lebih tinggi untuk memulai usaha karena keyakinan akan nilai perbedaan produk mereka.

Meskipun potensi demografis di Solo Raya sangat masif, masih terdapat kesenjangan antara jumlah populasi muda dengan realisasi niat berwirausaha yang nyata. Banyak individu memiliki keberanian bertindak (spontanitas), namun belum tentu didukung oleh kesiapan ide kreatif yang matang untuk menjaga keberlanjutan bisnis. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam pengaruh spontanitas dan kreativitas terhadap intensi berwirausaha Generasi Z di Solo Raya. Temuan ini diharapkan dapat menjadi rujukan dalam pengembangan strategi pendidikan kewirausahaan dan pemberdayaan ekonomi kaum muda yang lebih efektif

2. METODOLOGI

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori. Pendekatan ini dipilih karena bisa digunakan untuk menguji hubungan sebab-akibat dan membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa variabel Spontanitas (X1) dan Kreativitas (X2) berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha (Y) pada Generasi Z di Solo Raya. (Natalia & Rodhiah, 2019)

2.2 Objek dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian adalah keinginan berwirausaha di kalangan Generasi Z. Lokasi penelitian mencakup area Solo Raya, yaitu kota Surakarta, Sukoharjo, Karanganyar, Boyolali, Klaten, Wonogiri, dan Sragen. Pemilihan daerah ini karena menjadi pusat pertumbuhan ekonomi kreatif

dan jumlah populasi Gen Z di sana mencapai lebih dari 1,7 juta orang (BPS, 2024). (Natalia & Rodhiah, 2019)

2.3 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan tiga variabel utama yang saling berkaitan, yaitu dua variabel independen dan satu variabel dependen. Spontanitas (X_1) dan Kreativitas (X_2) diposisikan sebagai variabel independen (bebas) yang memengaruhi Intensi Berwirausaha (Y) sebagai variabel terikat. Spontanitas mencerminkan kecenderungan individu untuk bertindak cepat dalam merespons peluang usaha, sedangkan kreativitas berkaitan dengan kemampuan menciptakan dan mengembangkan ide-ide baru secara inovatif. Intensi berwirausaha menggambarkan tingkat keinginan, kesiapan, dan perencanaan individu untuk memulai usaha di masa depan. Masing-masing variabel diukur melalui sejumlah indikator yang disusun dalam bentuk pernyataan pada kuesioner penelitian. (Shi et al., 2020)

2.4 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh Generasi Z (kelahiran tahun 1997-2012) yang tinggal di wilayah Solo Raya. Berdasarkan data BPS (2020-2024), estimasi populasi Gen Z di wilayah ini mencapai lebih dari 1,7 juta jiwa, sehingga dikategorikan sebagai populasi tidak terhingga (*infinite population*). (Natalia & Rodhiah, 2019)

Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Kriteria responden meliputi: (1) berusia 17-28 tahun; (2) berdomisili di Solo Raya; dan (3) memiliki minat berwirausaha. Ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Slovin:

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

Keterangan:

n: Jumlah sampel

N: Jumlah populasi (1.700.000 jiwa)

e: *Margin of Error* (ditetapkan sebesar 10% atau 0,1)

Populasi penelitian ini adalah seluruh Generasi Z di Solo Raya dengan estimasi jumlah mencapai 1,7 juta jiwa. Mengingat besarnya populasi (*infinite population*), pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *non-probability purposive sampling* dengan kriteria responden berusia 17-28 tahun dan memiliki minat berwirausaha. Penentuan jumlah sampel sebesar 50 responden didasarkan pada pertimbangan berikut:

1. Analisis Multivariat: Menurut pedoman analisis regresi, jumlah sampel minimal adalah 10 kali jumlah variabel independen. Dengan dua variabel (X_1 dan X_2), maka batas minimal 20 responden telah terpenuhi.
2. Teori Roscoe (1975): Dalam penelitian manajemen, ukuran sampel antara 30 hingga 500 subjek dinyatakan sudah memadai untuk analisis statistik yang valid.

Dengan demikian, ukuran sampel 50 responden dinilai representatif dan cukup kuat secara statistik untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini.

2.5 Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui survei. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara daring menggunakan Google Form agar dapat menjangkau Generasi Z di wilayah Solo Raya dengan cara yang luas dan efisien. Instrumen penelitian terdiri dari pernyataan tertutup yang mewakili variabel Spontanitas (X_1), Kreativitas (X_2), dan Intensi Berwirausaha (Y). Pengukuran dilakukan dengan menggunakan Skala Likert 5 poin, yaitu (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral, (4) Setuju, dan (5) Sangat Setuju. Skala ini dipakai agar hasil yang diperoleh berupa data interval yang bisa diproses lebih lanjut dengan analisis statistik regresi. (Natalia & Rodhiah, 2019)

2.6 Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan analisis statistik kuantitatif dengan bantuan SPSS for windows version 25. Tahapan analisis data dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian layak digunakan.

Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas sebagai syarat penggunaan analisis regresi.

Analisis utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel spontanitas (X_1) dan kreativitas (X_2) terhadap intensi berwirausaha (Y). Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t) untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, uji simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama, dan juga koefisien determinasi (R^2) yang digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. (Aditya & Agustini, 2025)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Tabel 1. Profil Responden

Keterangan	Demografi	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	15	30%
	Perempuan	35	70%
Usia	17-20	9	18%
	20-25	31	62%
	25-28	10	20%
Pendidikan Terakhir	SMA/SMK Sederajat	38	76%
	Diploma	3	6%
	Sarjana	9	18%
Domisili	Surakarta	23	46%
	Sukoharjo	12	32%
	Karanganyar	2	4%
	Boyolali	3	6%
	Klaten	4	8%
	Wonogiri	1	2%
	Sragen	1	2%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Penelitian ini melibatkan 50 responden Generasi Z di Solo Raya dengan karakteristik dominan perempuan (70%), berusia 21-25 tahun (62%), berdomisili di Kota Surakarta (46%), dan pendidikan terakhir SMA/SMK (76%). Karakteristik ini mencerminkan potensi besar tenaga kerja muda di pusat perkotaan Solo Raya yang memiliki ketertarikan pada dunia wirausaha.

3.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti secara akurat. Berdasarkan hasil olah data terhadap 14 indikator penelitian, seluruh item dinyatakan **valid** karena r hitung $>$ r tabel. Pada penelitian ini memiliki 50 responden, maka r tabel yang di dapat 0,279.

Table 2. Hasil Uji Validitas

Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,729	0,279	Valid
X1.2	0,836	0,279	Valid
X1.3	0,768	0,279	Valid
X1.4	0,843	0,279	Valid
X1.5	0,849	0,279	Valid
X1.6	0,633	0,279	Valid
X1.7	0,874	0,279	Valid
X2.1	0,884	0,279	Valid
X2.2	0,792	0,279	Valid
X2.3	0,784	0,279	Valid
X2.4	0,803	0,279	Valid
Y.1	0,918	0,279	Valid

Y.2	0,913	0,279	Valid
Y.3	0,931	0,279	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Dari keterangan tabel di atas dapat di lihat bahwa r hitung dari seluruh indikator lebih besar di banding r tabel yang sudah ditentukan (0,279). Dengan hasil uji yang didapat, setiap indikator maka item-item pernyataan dalam instrumen ini layak digunakan untuk pengumpulan data penelitian lebih lanjut.

3.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi instrumen penelitian dalam jangka waktu tertentu. Hasil olah data menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari standar reliabilitas 0,60.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Spontanitas (X1)	0,906	>0,60	Reliabel
Kreativitas (X2)	0,832	>0,60	Reliabel
Intensi Berwirausaha (Y)	0,909	>0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas, setiap variabel memiliki konsistensi yang sangat baik, sehingga data penelitian ini dianggap layak untuk dianalisis lebih lanjut pada tahap regresi.

3.4 Uji Asumsi Klasik

3.4.1 Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.74921844
Most Extreme Differences	Absolute	.129
	Positive	.128
	Negative	-.129
Test Statistic		.129
Asymp. Sig. (2-tailed)		.037 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed) Sig.		.350 ^d
	99% Confidence Interval Lower Bound	.338
	Upper Bound	.362

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas, terdapat nilai Asymp. Sig yang 0,037, kemudian dilakukan pengujian menggunakan Monte Carlo Sig yang berjumlah 0,350. Hal ini mengintepretasikan bahwa penelitian ini berdistribusi normal. Dikarenakan nilai signifikansi yang diperoleh besarnya lebih dari 0,05.

3.4.2 Uji Multikolonieritas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolonieritas
Coefficients^a

Collinearity Statistics		
Model	Tolerance	VIF
1 TOTAL_X1	.314	3.184
TOTAL_X2	.314	3.184

a. Dependent Variable: TOTAL_Y
Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data dalam tabel, variabel Spontanitas (X1) dan variabel Kreativitas (X2) sama-sama memperlihatkan besaran Tolerance sebesar 0,314 dan nilai VIF sebesar 3,184. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa nilai Tolerance >0,10 dan VIF <10 model regresi yang digunakan tidak menunjukkan adanya gejala multikolonieritas.

3.4.3 Uji Heterokedasitas

Tabel 6. Hasil Uji Heterokedasitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.002	.903		3.323	.002
TOTAL_X1	-.073	.057	-.323	-1.292	.203
TOTAL_X2	.021	.100	.052	.210	.835

a. Dependent Variable: Abs_RES
Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig). untuk Variabel TOTAL_X1 memiliki nilai signifikansi sebesar 0,203. Karena 0,203 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada variable X1. Variabel TOTAL_X2 memiliki nilai signifikansi sebesar 0,835. Karena 0,835 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada variabel X2.

3.5 Uji linear berganda

Tabel 7. Analisis regresi linier berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.949	1.458		.651	.518
TOTAL_X1	.009	.091	.017	.097	.923
TOTAL_X2	.693	.161	.739	4.316	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y
Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai konstanta (α) sebesar 0,949. Artinya, jika variabel independen (X1 dan X2) dianggap nol, maka Intensi Berwirausaha (Y) memiliki nilai sebesar 0,949. Koefisien X1 sebesar 0,009 ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel X1 akan diikuti kenaikan Intensi Berwirausaha sebesar 0,009. Kemudian koefisien X2 sebesar 0,693 ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel X2 akan diikuti kenaikan Intensi Berwirausaha sebesar 0,693.

3.6 Uji t

Tabel 8. Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.949	1.458		.651	.518
TOTAL_X1	.009	.091	.017	.097	.923
TOTAL_X2	.693	.161	.739	4.316	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Data yang disajikan menunjukkan secara parsial dampak dari variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan rincian sebagai berikut:

1. Uji t Variabel Spontanitas (X1)

Berdasarkan hasil uji t, variabel Spontanitas (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 0,097 dengan tingkat signifikansi 0,923 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Spontanitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirausaha

2. Uji t Variabel Kreatifitas (X2)

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Kreatifitas (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 4,316 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kreatifitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha.

3.7 Uji f

Tabel 9. Uji f

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	196.392	2	98.196	30.783	.000 ^b
Residual	149.928	47	3.190		
Total	346.320	49			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar nilai F hitung sebesar 30,783 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel Spontanitas dan Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirausaha.

3.8 Hasil Uji koefisien determinasi

Tabel 10. Hasil Uji koefisien determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.753 ^a	.567	.549	1.786

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,549. Hal ini berarti bahwa 54,9% variasi Intensi Berwirausaha dapat dijelaskan oleh variabel Spontanitas dan Kreativitas, sedangkan sisanya sebesar 45,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

3.9 Pengaruh Spontanitas dan Kreativitas Terhadap Intensi Berwirausaha

Penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel Spontanitas X1 dan Kreativitas X2 berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirausaha Y pada Generasi Z di wilayah Solo Raya. Hasil pengujian model melalui analisis regresi menunjukkan nilai F hitung sebesar 30,783 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Temuan ini diperkuat oleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 56,7%, yang mengindikasikan bahwa lebih dari separuh variasi intensi berwirausaha dipengaruhi oleh Spontanitas dan Kreativitas. (Natalia & Rodhiah, 2019)

Namun, secara parsial, penelitian ini menemukan perbedaan dampak yang kontras antara kedua variabel tersebut. Kreativitas terbukti menjadi pendorong utama dengan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha, ditunjukkan oleh nilai t hitung 4,316 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini selaras dengan kemampuan menciptakan solusi dan ide baru memberikan rasa percaya diri bagi Gen Z untuk memulai bisnis. Di sisi lain, Spontanitas ditemukan tidak memiliki pengaruh signifikan secara individu terhadap intensi berwirausaha dengan nilai signifikansi $0,923 > 0,05$. Temuan ini menunjukkan bahwa bagi responden di Solo Raya, sekadar bertindak cepat tanpa didasari oleh gagasan kreatif yang kuat belum cukup mampu membangun komitmen atau kesiapan mental yang stabil untuk terjun ke dunia wirausaha. Sinergi keduanya tetap menjadi kunci penting, di mana kreativitas berperan memberikan nilai inovatif pada peluang yang ditangkap secara fleksibel oleh Gen Z. (Oktaviani & Noviani, 2025).

4. Kesimpulan dan saran

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersamaan, variabel Spontanitas X1 dan Kreativitas X2 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Intensi Berwirausaha Y pada generasi Z di wilayah Solo Raya. Dari pengujian hipotesis secara terpisah, terlihat bahwa Kreativitas merupakan faktor utama yang memotivasi dengan pengaruh positif dan signifikan, sedangkan Spontanitas tidak menunjukkan pengaruh signifikan sendiri terhadap keinginan untuk berwirausaha. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, terdapat jumlah responden perempuan yang paling banyak mengisi kuesioner, usia dominan berada di rentang 20-25 tahun, dan lokasi tinggal terbanyak terdapat di Surakarta. Dari kesimpulan penelitian, disarankan bagi pihak-pihak yang berkepentingan atau institusi pendidikan yang ingin meningkatkan minat wirausaha generasi muda, maka pengembangan potensi kreatif agar bisa menciptakan solusi inovatif perlu diperhatikan, karena hal ini terbukti menjadi kunci bagi Gen Z dalam membangun kepercayaan diri dan komitmen untuk memulai bisnis. Kombinasi antara kreativitas dan kemampuan menangkap peluang secara fleksibel menjadi faktor penting bagi wirausaha muda di wilayah Solo Raya dalam menghadapi persaingan ekonomi digital yang terus berubah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, D., & Agustini, N. K. Y. (2025). Peran Krusial Perilaku Impulsif Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Informasi Dan Interaksi Terhadap Minat Wirausaha. *Jurnal Sosial dan Sains (SOSAINS)*, 5(6).
- Agustina, T. S., & Fauzia, D. S. (2021). The Need For Achievement, Risk-Toking Propensity, And Entrepreneurial Intention Of The Generation 2. 6(1), 96-106. <https://doi.org/10.47028/J.RISENOLOGI.2021.61.161>
- Amaliah, A. E., Aditya, A. M., & Gismin, S. S. (2024), Studi Naratif: Intensi Berwirausaha pada Entrepreneur Bidang Kuliner. Deleted Journal. <https://doi.org/10.56326/ipk.v4i1.3628>
- Hariyanti, S., & Putri, O. A. (2025). Pengaruh Perceived Desirability Terhadap Entrepreneurial Intention Pada Generasi Z Yang Berdomisili di Kota Kediri. *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 5(1), 21-39.
- Hutami, W. F. (2024). Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Public Relations Mercu Buana, Query date*, 21, 23.
- Joensuu-Salo, S., Viljamaa, A., & Varamäki, E. (2021). Understanding business takeover intentions—the role of theory of planned behavior and entrepreneurship competence. *Administrative Sciences*, 11(3), 61.
- Mai Nguyen, P., Luu, T. M. N., & Nguyen Nguyen, P. (2022). Role of personality traits in shaping entrepreneurial intention: Comparative study of South Korea and Vietnam. *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci: časopis za ekonomsku teoriju i praksu*, 40(2), 395-420.
- Natalia, C., & Rodhiah, R. (2019). Pengaruh kreativitas, edukasi dan efikasi diri terhadap intensi berwirausaha dalam generasi z. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(2), 164-171.
- Oktaviani, L. K., & Noviani, L. (2025). Intensi Berwirausaha Mahasiswa : Peran Kreativitas dan *Theory of Planned Behavior*. Prosiding Seminar Nasional Ilmu Manajemen Kewirausahaan dan Bisnis, 5, 127-139.
- Renggo, Y. R., & Kom, S. (2022). Populasi Dan Sampel Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*, 43.
- Shi Y., Yuan T., Bell R., & Wang J., (2020) Investigating the Relationship Between Creativity and Entrepreneurial Intention: The Moderating Role of Creativity in the Theory of Planned Behavior *The moderating role of creativity in the theory of planned behavior*. *Frontiers in Psychology*, 11, 1209. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01209>