

**PENGARUH POLA PIKIR KEWIRAUSAHAAN DAN KREATIVITAS
TERHADAP NIAT KEWIRAUSAHAAN
(Studi pada Pensiunan Karyawan PT Great Giant Foods Lampung Tengah)**

Skripsi

Oleh

**Zita Iztihari
2111011119**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

PENGARUH POLA PIKIR KEWIRAUSAHAAN DAN KREATIVITAS TERHADAP NIAT KEWIRAUSAHAAN (Studi pada Pensiunan Karyawan PT Great Giant Foods Lampung Tengah)

Oleh

Zita Iztihari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pola pikir kewirausahaan dan kreativitas terhadap niat kewirausahaan pada pensiunan karyawan PT Great Giant Foods (GGF) Lampung Tengah. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei dan pengumpulan data melalui kuesioner yang diisi oleh 120 responden. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda uji parsial (uji t) untuk menguji hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1) didukung, yang berarti pola pikir kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kewirausahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pola pikir kewirausahaan seorang pensiunan, semakin tinggi niatnya untuk memulai dan menjalankan usaha. Selanjutnya, hipotesis kedua (H2) juga didukung, yang berarti kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kewirausahaan. Dengan kata lain, tingkat kreativitas yang tinggi pada pensiunan berkontribusi dalam memperkuat niat berwirausaha. Hasil kuesioner mengindikasikan perlunya perhatian khusus pada indikator perencanaan aktivitas untuk aktivitas kewirausahaan dalam variabel pola pikir kewirausahaan, mengingat nilai rata-ratanya paling rendah. Indikator ini penting agar pensiunan dapat lebih konsisten dan terstruktur dalam merencanakan usaha. Pada variabel kreativitas, penguatan kemampuan menghasilkan ide diperlukan sebagai upaya untuk meningkatkan inovasi dalam menghadapi tantangan bisnis. Perbaikan pada indikator-indikator tersebut diharapkan dapat meningkatkan niat kewirausahaan pensiunan secara signifikan dan mendorong keberhasilan mereka dalam berwirausaha.

Kata Kunci: Pola pikir kewirausahaan, kreativitas, niat kewirausahaan, pensiunan karyawan, PT Great Giant Foods

ABSTRACT

THE IMPACT ENTREPRENEURIAL MINDSET AND CREATIVITY ON ENTREPRENEURIAL INTENTION (A Study on Retired Employees at PT Great Giant Foods Central Lampung)

By

Zita Iztihari

This study aims to examine the influence of entrepreneurial mindset and creativity on the entrepreneurial intention of retired employees at PT Great Giant Foods (GGF) Lampung Tengah. The research employed a quantitative approach using survey techniques, collecting data through questionnaires completed by 120 respondents. Data analysis was conducted using multiple linear regression with partial testing (t-test) to test the proposed hypotheses. The results show that the first hypothesis (H1) is supported, indicating that entrepreneurial mindset has a positive and significant effect on entrepreneurial intention. This means that the better the entrepreneurial mindset of a retiree, the higher their intention to start and run a business. Furthermore, the second hypothesis (H2) is also supported, indicating that creativity has a positive and significant effect on entrepreneurial intention. In other words, a high level of creativity among retirees contributes to strengthening their entrepreneurial intention. The questionnaire results highlight the need for special attention to the activity planning indicator within the entrepreneurial mindset variable, as it has the lowest average score. This indicator is crucial to help retirees be more consistent and structured in planning their business activities. Regarding creativity, strengthening the ability to generate ideas is necessary to enhance innovation in facing business challenges. Improvements in these indicators are expected to significantly increase retirees' entrepreneurial intention and support their success in entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurial mindset, creativity, entrepreneurial intention, retired employees, PT Great Giant Foods

**PENGARUH POLA PIKIR KEWIRAUSAHAAN DAN KREATIVITAS
TERHADAP NIAT KEWIRAUSAHAAN
(Studi pada Pensiunan Karyawan PT Great Giant Foods Lampung Tengah)**

Oleh

**Zita Iztihari
2111011119**

(Skripsi)

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA MANAJAMEN**

Pada

**Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

Judul Skripsi

**: PENGARUH POLA PIKIR KEWIRAUSAHAAN
DAN KREATIVITAS TERHADAP NIAT
KEWIRAUSAHAAN (Studi Pada Pensiunan
Karyawan PT. Great Giant Foods Lampung Tengah)**

Nama Mahasiswa

: Zita Igtihari

NPM

: 2111011119

Jurusan

: Manajemen

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis



Dr. Rr Erlina, S.E., M.Si.
NIP. 196208221987032002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

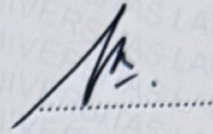
Dr. Ribhan, S.E., M.Si.
NIP 196807082002121003

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

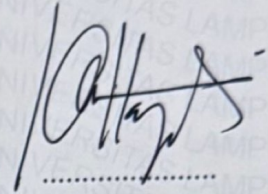
Ketua

: Dr. Rr Erlina, S.E., M.Si.



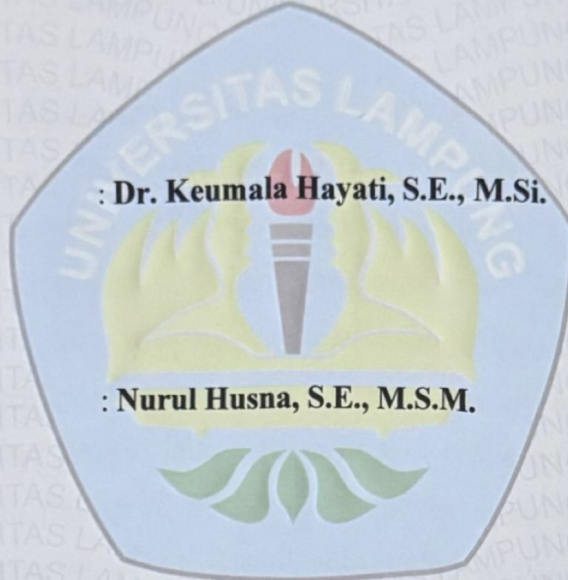
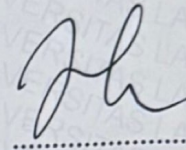
Penguji

: Dr. Keumala Hayati, S.E., M.Si.



Sekretaris

: Nurul Husna, S.E., M.S.M.



2. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.

NIP.196606211990031003

Tanggal Lulus Uji Skripsi : 04 Juli 2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zita Iztihari
NPM : 2111011119
Jurusan : S1 Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pola Pikir Kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Niat Kewirausahaan (Studi pada Pensiunan Karyawan PT Great Giant Foods Lampung Tengah)”** adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kata atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari peneliti lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya, selain itu atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan peneliti aslinya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan yang saya buat ini tidak benar, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Bandar Lampung, 04 Juli 2025



Zita Iztihari

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Peneliti dilahirkan di Lempuyang Bandar pada tanggal 16 Oktober 2003 sebagai anak ketiga dari tiga bersaudara. Penulis merupakan anak dari pasangan Bapak Mustopo dan Ibu Eni Yuliati.

Peneliti menyelesaikan Pendidikan di: SD Negeri 5 Lempuyang Bandar Tahun 2009 sampai dengan Tahun 2015, SMP Negeri 3 Way Pengubuan Tahun 2015 sampai dengan 2018, SMA Negeri 1 Terbanggi Besar Tahun 2018 sampai dengan Tahun 2021, Tahun 2021 peneliti menempuh perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi S1 Manajemen, Universitas Lampung.

Peneliti melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat yaitu Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Labuhan Mulya, Kecamatan Way Serdang, Mesuji selama 40 hari pada Tahun 2024. Pada Agustus 2024 penulis melaksanakan program magang Bank Indonesia di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Lampung,. Selanjutnya, peneliti juga melaksanakan program magang Kementerian Keuangan di Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Sumatera Bagian Barat pada Juni-Juli 2025.

MOTTO

Nothing can break a soul that finds beauty in everything, even in pain—scars become wisdom, struggles build strength, and setbacks lead to a comeback.

All the love you give is finding it's way back to you

-Z.I.

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirobil'alamin, dengan segala rasa syukur kepada Allah Subhanahu

Wa Ta'ala atas segala rahmat dan karunia- Nya, penulis mempersembahkan

Skripsi ini kepada:

Kedua orang tuaku tercinta,

Bapak Mustopo dan Ibu Eni Yulianti

Dengan penuh rasa hormat dan cinta, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala doa, kasih sayang, dukungan, dan bimbingan yang telah diberikan sepanjang hidup penulis. Segala pencapaian yang diraih penulis hingga saat ini tidak terlepas dari peran dan ketulusan hati yang telah Mama dan Papa berikan.

Kakak-kakaku tercinta,

Apic Cahyo, Kiki Hardiyanti, May Vina, Julius Iskandar

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bentuk doa, dukungan, semangat, serta bantuan yang telah diberikan selama proses perjalanan ini. Ketulusan dan perhatian yang kalian tunjukkan telah menjadi sumber motivasi yang berarti bagi penulis. Terimakasih telah menjadi kakak yang luar biasa untuk adikmu ini.

Serta

Almamaterku tercinta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung

SANWANCANA

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan ridho-Nya peneliti mampu menyelesaikan proposal penelitian ini dengan judul “Pengaruh Pola Pikir Kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Niat Kewirausahaan (Studi pada Pensiunan Karyawan PT Great Giant Foods Lampung Tengah)“.

Selama melaksanakan penyusunan proposal penelitian ini, banyak hambatan yang peneliti pelajari. Selama proses pengerjaan juga peneliti banyak mendapatkan bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, sehingga peneliti mampu mengatasi berbagai kendala yang dialami dengan baik. Maka dari itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Ribhan, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Dr. Zainnur M. Rusdi, S.E., M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Ibu Dr. Rr. Erlina S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia memberikan kesediaan waktu, kritik, saran, pengalaman dan tenaga untuk memberikan bimbingan, pengarahan, koreksi, semangat dan dorongan kepada penulis sepanjang proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Dr. Keumala Hayati, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembahas I yang telah memberikan kritik, waktu, saran dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Aida Sari, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembahas II yang telah memberikan kritik, waktu, saran dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Ibu Nurul Husna, S.E., M.S.M., selaku Dosen Pembahas III yang telah memberikan kritik, waktu, saran dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu Nuzul Inas Nabila, S.E., M.S.M., selaku Dosen Pembahas IV yang telah memberikan kritik, waktu, saran dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, atas ilmu-ilmu yang bermanfaat dan pembelajaran yang sangat berharga dan memberikan arahan mengenai ilmu teori dan praktik bagi peneliti.
10. Seluruh Staff Akademik, Administrasi, Tata Usaha, Para Pegawai, serta Staff Keamanan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah banyak membantu selama peneliti menempuh Pendidikan S1 di Kampus.
11. Teristimewa untuk kedua orang tua, Papa dan Mama. Terimakasih karena selalu mencintai, menyayangi, menjaga, mendidik, mendoakan, memberi semua hal terbaik untuk penulis hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
12. Kakak-kakakku tercinta, terimakasih sudah memberikan semangat dan banyak bantuan untuk adik bungsu kalian selama masa kuliah maupun pada proses penyelesaian skripsi ini.
13. Sahabatku Triana Rospita Andharilla, Riesta Martha Melissa, Nanda Vesti Naliu yang telah menemani penulis sejak awal perkuliahan hingga selesai. Terimakasih atas segala kebaikan, dukungan, bantuan kapanpun dan dimanapun, dan mendengarkan berbagai keluh kesah penulis. Terimakasih untuk setiap masa yang telah dilewati bersama, penulis sangat bahagia memiliki sahabat seperti kalian. Masa bersama kalian adalah masa paling berharga selama perkuliahan yang akan penulis ingat di berbagai masa yang akan datang.
14. Untuk diri sendiri, terimakasih karena sudah selalu mengusahakan dan memberikan yang terbaik di kehidupan yang penulis mimpikan.
15. Teman-teman seperjuangan jurusan Manajemen Angkatan 2021 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas pengalaman, bantuan dan kebersamaan yang telah dilalui bersama dalam masa perkuliahan ini.

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	I
DAFTAR TABEL	III
DAFTAR GAMBAR.....	IV
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Pola Pikir Kewirausahaan.....	10
2.1.1 Pengertian Pola Pikir Kewirausahaan	10
2.1.2 Karakteristik Pola Pikir Kewirausahaan	11
2.1.3 Indikator Pola Pikir Kewirausahaan	12
2.1.4 Faktor yang Mempengaruhi Pola Pikir Kewirausahaan	13
2.2 Kreativitas.....	14
2.2.1 Kreativitas dalam Kewirausahaan.....	14
2.2.2 Kreativitas sebagai Kompetensi Kewirausahaan	15
2.2.3 Indikator Kreativitas.....	16
2.3 Niat Kewirausahaan.....	17
2.3.1 Pengertian Niat kewirausahaan	17
2.3.2 Teori niat kewirausahaan	17
2.3.3 Indikator Niat Kewirausahaan.....	18
2.4 Penelitian Terdahulu.....	19
2.5 Kerangka Pemikiran	21
2.6 Hipotesis Penelitian	22
2.6.1 Pengaruh Pola Pikir Kewirausahaan terhadap Niat Kewirausahaan	22
2.6.2 Pengaruh Kreativitas terhadap Niat Kewirausahaan.....	23
III. METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	25

3.2.1	Subjek Penelitian.....	25
3.2.2	Objek Penelitian.....	26
3.3	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	26
3.4	Sumber Data Penelitian.....	27
3.4.1	Data Primer.....	27
3.4.2	Data Sekunder.....	27
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	27
3.5.1	Studi Kepustakaan.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.5.2	Kuisoner.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.6	Populasi dan Sampel.....	28
3.6.1	Populasi.....	28
3.6.2	Sampel.....	28
3.7	Uji Instrumen Penelitian.....	29
3.7.1	Uji Validitas.....	29
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	30
3.7.3	Uji Normalitas.....	30
3.8	Metode Analisis Data dan Hipotesis.....	31
3.8.1	Analisis Regresi Berganda.....	31
3.8.2	Uji Parsial (Uji T).....	31
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1	Karakteristik Responden.....	33
4.2	Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas.....	34
4.2.1	Uji Validitas.....	34
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	35
4.3	Uji Normalitas.....	35
4.5	Hasil Uji Jawaban Responden.....	36
4.5.1	Variabel Pola Pikir Kewirausahaan.....	36
4.5.2	Variabel Kreativitas.....	40
4.5.3	Variabel Niat Kewirausahaan.....	42
4.6	Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Uji Parsial (UJI T).....	44
4.5	Pembahasan.....	45
4.5.1	Pengaruh Pola Pikir Kewirausahaan terhadap Niat Kewirausahaan Pensiunan Karyawan di PT Great Giant Foods (GGF) Lampung Tengah.....	45
V.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	49
5.1	Kesimpulan.....	49
5.2	Saran.....	50
	DAFTAR PUSTAKA.....	52
	LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Hasil Kuisioner Pendahuluan Niat Kewirausahaan pada Pensiunan PT Great Giant Foods (GGF) di Lampung Tengah. (N = 50)	3
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1. Definisi Operasional	26
Tabel 3.2. Skala <i>Likert</i>	28
Tabel 4.1. Hasil Karakteristik Responden	33
Tabel 4.2. Hasil Rekapitulasi Uji Validitas.....	34
Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas	35
Tabel 4.4. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov Smirnov Test</i>	35
Tabel 4.5. Hasil Jawaban Responden tentang Pola Pikir Kewirausahaan	36
Tabel 4.6. Hasil Jawaban Responden tentang Kreativitas	40
Tabel 4.7. Hasil Jawaban Responden tentang Niat Kewirausahaan	42
Tabel 4.8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Uji Parsial (Uji T).....	44

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	22

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisoner Penelitian.....	59
Lampiran 2. Hasil Penelitian Pendahuluan Niat Kewirausahaan Pensiunan Karyawan PT GGF	63
Lampiran 3. Hasil Wawancara Pendahuluan Pola Pikir Kewirausahaan dan Kreativitas Pensiunan Karyawan PT GGF	67
Lampiran 4. Karakteristik Responden.....	70
Lampiran 5. Tabulasi Data 120 Responden	73
Lampiran 6. Distribusi Jawaban Responden	74
Lampiran 7. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	80
Lampiran 8. Uji Hipotesis Regresi Linear Berganda Uji Parsial (Uji T).....	85

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bekerja merupakan aktivitas penting yang dilakukan oleh individu untuk memenuhi kebutuhan hidup, baik secara materi maupun psikologis. Menurut Steer & Porter (dalam Eliana, 2003), melalui pekerjaan seseorang tidak hanya memperoleh penghasilan, tetapi juga memperoleh identitas diri, status sosial, dan fungsi sosial lainnya. Semakin lama seseorang bekerja, maka semakin kuat identitas tersebut melekat dalam dirinya. Namun, manusia tidak bekerja sepanjang hidupnya karena terdapat batas usia kerja yang mengharuskan seseorang untuk memasuki masa pensiun. Menurut Jamil et al. (2022), pensiun merupakan masa transisi dari kehidupan kerja yang terstruktur menuju pola hidup baru yang sering kali disertai perubahan peran, nilai, dan harapan, seperti keinginan untuk tetap dihargai dan diakui keberadaannya dalam lingkungan sosial. Tujuan ideal dari pensiun adalah agar seseorang dapat menikmati hari tuanya dengan bahagia, namun pada kenyataannya tidaklah demikian. Perubahan keadaan dari bekerja menjadi tidak bekerja ini oleh sebagian individu dianggap sebagai keadaan yang tidak menyenangkan. Pensiun dianggap sebagai akhir dari segalanya, bagi individu yang tidak bisa menerima keadaan tersebut. Menurut Darmodjo dan Martono (dalam Azizah, 2011) bila seseorang pensiun maka akan mengalami kehilangan-kehilangan seperti, kehilangan finansial, kehilangan status, kehilangan teman atau kelompok eksklusif dan kehilangan kegiatan atau pekerjaan. Hilangnya hal-hal tersebut dapat dirasakan sebagai sesuatu yang mengancam dan dapat menimbulkan perasaan cemas, depresi, merasa tersisihkan, pesimis, merasa tidak berguna dan berbagai macam pikiran negatif lainnya. Penelitian Holmes & Rahe (dalam Eliana, 2003) menunjukkan bahwa pensiun termasuk dalam sepuluh besar peristiwa paling menimbulkan stres dalam kehidupan seseorang. Para ahli gerontologi juga

menyatakan bahwa masa pensiun dapat menyebabkan berbagai dampak negatif, seperti kesulitan ekonomi, penurunan harga diri, berkurangnya aktivitas, meningkatnya rasa kesepian, menurunnya kondisi fisik dan mental, serta perasaan tidak berguna (Setyarini & Atamimi, 2011). Hal tersebut dapat membuat individu merasa frustrasi, marah, kecewa, bahkan bingung karena kehilangan makna dalam hidupnya. Salah satu contohnya adalah Delamontage, seorang mantan CEO perusahaan perangkat lunak yang semula merasa siap secara finansial dan mental untuk pensiun, namun beberapa bulan setelahnya justru mengalami kekosongan emosional karena tidak memiliki aktivitas bermakna yang dapat mengisi hari-harinya (Sukei, 2016).

Kewirausahaan telah menjadi fokus perhatian para peneliti selama beberapa dekade terakhir (Wadhwani et al., 2020). Salah satu faktor utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi adalah aktivitas kewirausahaan, yang dipicu oleh identifikasi peluang usaha, evaluasi potensi kewirausahaan, serta pembentukan perusahaan baru yang inovatif (Abu Bakar et al., 2017). Kemajuan ekonomi suatu negara sangat bergantung pada kewirausahaan karena kewirausahaan berfungsi sebagai katalis inovasi sekaligus menciptakan lapangan kerja (Vodă & Florea, 2019). Kewirausahaan menjadi salah satu solusi strategis bagi pensiunan dalam menghadapi perubahan signifikan pasca-kerja, baik secara ekonomi maupun psikologis (Adeigbe & Adebuseye, 2019). Berbeda dengan pekerjaan formal yang menuntut usia produktif dan struktur kerja yang ketat, aktivitas kewirausahaan menawarkan fleksibilitas waktu, potensi pendapatan, serta ruang untuk aktualisasi diri. Stephens (2024) menyatakan bahwa kewirausahaan pada masa pensiun mampu memberikan penghasilan tambahan sekaligus membangun kembali kepercayaan diri dan rasa bermakna melalui pencapaian pribadi. Selain itu, wirausaha juga memungkinkan pensiunan memanfaatkan pengalaman kerja, jaringan sosial, dan pemahaman terhadap potensi lokal sebagai modal usaha yang konkret (Jamil et al., 2022). Meskipun kewirausahaan dapat menjadi solusi ideal untuk pensiunan, terdapat indikasi bahwa niat kewirausahaan pada pensiunan karyawan PT Great Giant Foods Lampung Tengah ini masih bervariasi. Dalam konteks ini, niat kewirausahaan menjadi faktor kunci yang menentukan apakah seseorang memiliki keinginan untuk memulai usaha. Niat berwirausaha adalah konsep psikologis yang

menggambarkan sikap subjektif calon wirausahawan dalam merencanakan dan mempersiapkan diri untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan (Mei et al., 2017). Niat tersebut dipengaruhi oleh berbagai aspek, termasuk pola pikir kewirausahaan dan kreativitas. Pola pikir kewirausahaan, yang didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengenali, bertindak, dan merespons dengan cepat dalam situasi tak terduga, mencerminkan komitmen mendalam terhadap aktivitas kewirausahaan (McGrath & MacMillan, 2000; Saptono et al., 2020). Pola pikir ini sering dikaitkan dengan fenomena kognitif yang mencerminkan ketajaman bisnis sebagai cara berpikir berbasis kognitif (Naumann, 2017). Cohen (2006) menjelaskan bahwa kreativitas tidak dibatasi oleh usia; proses penuaan tidak serta merta mengurangi kreativitas; pengalaman dan kebijaksanaan yang diperoleh selama bertahun-tahun dapat menghasilkan kreativitas yang lebih kaya. Selain itu, kreativitas, yang didefinisikan sebagai kemampuan menciptakan ide-ide baru yang bermanfaat, juga berperan penting dalam pengembangan niat berwirausaha (Entrialgo & Iglesias, 2020).

Peneliti menyebarkan kuesioner pendahuluan kepada 50 pensiunan tetap PT Great Giant Foods (GGF) yang telah berhenti bekerja paling lambat pada tahun 2022 dan berdomisili di Lampung Tengah. Tujuan dari penyebaran kuesioner ini adalah untuk mengetahui kecenderungan awal terhadap niat berwirausaha secara kuantitatif. Hasil dari kuesioner tersebut disajikan dalam Tabel 1.1 berikut ini.

Tabel 1.1. Hasil Kuesioner Pendahuluan Niat Kewirausahaan pada Pensiunan PT Great Giant Foods (GGF) di Lampung Tengah. (N = 50)

Pernyataan	Ya (f)	Tidak (f)	Ya (%)	Tidak (%)
Saya siap melakukan apa saja untuk menjadi seorang wirausaha	25	25	50%	50%
Tujuan profesional saya adalah menjadi seorang wirausaha	26	24	52%	48%
Saya akan berusaha keras untuk memulai dan menjalankan usaha saya sendiri	27	23	54%	46%
Saya bertekad untuk membangun usaha di masa depan	24	26	48%	52%
Saya memiliki niat yang kuat untuk memulai sebuah usaha suatu hari nanti	25	25	50%	50%
Saya memiliki tujuan yang kuat untuk memulai bisnis suatu hari nanti	26	24	52%	48%

Sumber: Penelitian Pendahuluan, 2024

Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa niat kewirausahaan mereka berada pada tingkat yang belum optimal. Sebanyak 50% responden menyatakan siap menjadi wirausaha, sementara 50% lainnya merasa belum siap. Selain itu, hanya 48% responden yang memiliki tujuan profesional untuk menjadi wirausaha, dan 52% lainnya tidak memiliki tekad kuat untuk membangun usaha di masa depan. Meskipun 54% responden menunjukkan komitmen untuk bekerja keras memulai usaha, masih terdapat 46% yang ragu dalam hal tersebut. Hasil penelitian pendahuluan terhadap 50 responden tsb mengindikasikan adanya kesenjangan antara potensi dan kesiapan aktual dalam menghadapi masa pensiun, di mana sebagian besar masih menunjukkan keraguan dan ketidakpastian untuk mengambil langkah nyata. Oleh karena itu, diperlukan upaya sistematis untuk mengembangkan kesiapan mental, kemampuan berpikir kewirausahaan, dan kreativitas agar para pensiunan dapat melihat wirausaha sebagai pilihan karier yang layak dan bermakna setelah purnabakti.

Dorongan untuk berwirausaha pada masa pensiun juga dipicu oleh sejumlah tantangan yang mereka hadapi. Hasil wawancara pendahuluan dengan lima pensiunan karyawan PT Great Giant Food (GGF) semakin memperjelas kondisi pola pikir kewirausahaan dan kreativitas mereka, yang menjadi faktor penentu kesiapan untuk berwirausaha. Sebagian besar responden menunjukkan kemampuan awal dalam mengenali peluang usaha, seperti yang diungkapkan oleh Responden 1: “Saya bisa melihat peluang di agribisnis, tetapi saya ragu untuk mengevaluasinya lebih lanjut karena takut gagal.” Hal serupa disampaikan oleh Responden 4 yang menyatakan, “Saya melihat peluang berbasis kebutuhan lokal, tetapi belum punya pengalaman untuk mengevaluasinya.” Pernyataan ini menggambarkan pola pikir kewirausahaan yang masih terhambat oleh kurangnya keberanian dan pengalaman dalam mengambil langkah nyata. Dalam aspek perencanaan, sebagian besar responden menunjukkan bahwa mereka membutuhkan pendampingan lebih lanjut. Responden 2 mengungkapkan bahwa mereka “tidak memiliki rencana usaha yang jelas karena terbiasa bekerja secara terstruktur,” sementara Responden 5 hanya berfokus pada stabilitas finansial dan merasa ragu untuk memulai usaha di masa pensiun. Pernyataan ini menunjukkan bahwa pola pikir kewirausahaan pensiunan,

khususnya terkait kemampuan perencanaan strategis, masih memerlukan penguatan untuk mendorong mereka agar lebih siap memulai usaha.

Dari sisi kreativitas, terdapat variasi kemampuan di antara responden. Responden 3 menunjukkan potensi dengan “menghasilkan ide inovatif seperti pengolahan limbah organik,” tetapi merasa sulit mempresentasikan idenya kepada pihak lain. Sebaliknya, Responden 2 menyatakan, “Saya cenderung meniru konsep usaha lain karena kurang percaya diri untuk menghasilkan ide baru.” Pernyataan ini menunjukkan bahwa kreativitas pensiunan dalam menghasilkan dan mempromosikan ide inovatif masih memerlukan pengembangan lebih lanjut, terutama dalam hal keberanian dan kemampuan berpikir kreatif. Secara keseluruhan, temuan ini mengindikasikan bahwa pola pikir kewirausahaan dan kreativitas pensiunan masih memerlukan penguatan untuk mendukung niat kewirausahaan. Tantangan yang dihadapi pensiunan PT Great Giant Foods (GGF) setelah memasuki masa purnabakti menjadi salah satu alasan mengapa penguatan pola pikir kewirausahaan dan kreativitas sangat dibutuhkan. Dari sisi ekonomi, mereka tidak lagi menerima penghasilan tetap setiap bulan, sementara kebutuhan hidup seperti biaya makan, kesehatan, dan pendidikan anak tetap harus dipenuhi. Dana pensiun yang tersedia sering kali belum mencukupi kebutuhan jangka panjang, terlebih di tengah ketidakpastian ekonomi. Di sisi psikologis, banyak pensiunan mengalami penurunan kepercayaan diri dan kehilangan arah setelah tidak lagi menjalani rutinitas kerja yang terstruktur (Handayati et al., 2020). Keadaan ini menunjukkan perlunya pendekatan baru yang dapat menjaga keberdayaan ekonomi sekaligus memberikan rasa makna dalam aktivitas harian. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengetahui pola pikir kewirausahaan dan kreativitas dapat memengaruhi niat mereka dalam memulai usaha secara mandiri dan berkelanjutan (Jiatong et al., 2021).

Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa dimensi seperti pola pikir kewirausahaan (Cui et al., 2019) dan kreativitas mendukung pembentukan niat untuk memulai bisnis baru. Faktor lain seperti, sifat pribadi, juga terbukti memengaruhi niat kewirausahaan (Handayati et al., 2020). Namun, penelitian mengenai pengaruh faktor psikologis dan individu terhadap niat kewirausahaan masih terbatas (Akbari

et al., 2021). AL-Ghazali et al. (2022) menegaskan bahwa sifat pribadi berperan signifikan dalam pengambilan keputusan kewirausahaan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh langsung antara pola pikir kewirausahaan dan kreativitas terhadap niat berwirausaha. Sejalan dengan temuan tersebut, beberapa studi menyebutkan bahwa individu dengan tingkat pola pikir kewirausahaan, dan kreativitas yang tinggi lebih cenderung memulai bisnis baru (Hu & Ye, 2017; Handayati et al., 2020). Kreativitas dan partisipasi orang lanjut usia dalam kegiatan kreatif memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan kualitas hidup mereka dan mengurangi beban keluarga dan masyarakat (Chang et al., 2024). Hal ini menunjukkan pentingnya pola pikir kewirausahaan dan kreativitas dalam mendukung aktivitas kewirausahaan (Jiatong et al., 2021; Li et al., 2023). Di negara berkembang, kewirausahaan memiliki peran krusial dalam memberikan akses kepada sumber daya alam berkualitas, pendidikan, dan kemandirian untuk berkompetisi di ekonomi global, sekaligus berkontribusi pada pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (Abbasi et al., 2023). Selain itu, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pola pikir kewirausahaan dan kreativitas dapat membangun bakat muda serta mendorong niat untuk menjadi wirausahawan (Jiatong et al., 2021).

Studi ini memberikan enam kontribusi utama terhadap literatur mengenai pengaruh pola pikir kewirausahaan dan kreativitas terhadap niat kewirausahaan. Pertama, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pola pikir kewirausahaan, meskipun sering diabaikan, merupakan ciri penting dalam membentuk niat kewirausahaan, di mana identifikasi peluang menjadi elemen kunci dari pola pikir tersebut (Cui & Bell, 2022). Kedua, temuan dari Li et al. (2023) mengungkapkan bahwa pola pikir kewirausahaan dan kreativitas memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat kewirausahaan, sehingga program pendidikan perlu dirancang untuk mengembangkan kedua elemen ini secara bersamaan. Ketiga, penelitian oleh Ferreira-Neto et al. (2023) menyoroti peran penting kreativitas dalam memperkuat niat kewirausahaan individu. Keempat, Ashraf et al. (2024) menegaskan bahwa pola pikir kewirausahaan secara signifikan mendorong individu untuk merealisasikan niat mereka dalam berwirausaha. Kelima, Handayati et al. (2020) menunjukkan bahwa pola pikir kewirausahaan dan kreativitas secara bersamaan

dapat meningkatkan niat berwirausaha, menekankan pentingnya kurikulum yang mendukung pengembangan kedua aspek tersebut. Keenam, Abbasi et al. (2024) menekankan bahwa kombinasi antara pola pikir kewirausahaan dan kreativitas sangat penting untuk membangun niat kewirausahaan yang kuat, sehingga diperlukan pendekatan terintegrasi dalam pengembangannya.

Mengacu pada uraian dan temuan tersebut, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pola Pikir Kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Niat Kewirausahaan (Studi pada Pensiunan Karyawan PT GGF Lampung Tengah)”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi kesenjangan dalam memahami pengaruh antara pola pikir kewirausahaan, kreativitas, dan niat kewirausahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada penelitian terdahulu, terdapat beragam temuan mengenai pengaruh pola pikir kewirausahaan dan kreativitas terhadap niat kewirausahaan. Beberapa studi, seperti yang dilakukan oleh Cui et al. (2019) dan Entrialgo & Iglesias (2020), menunjukkan bahwa pola pikir kewirausahaan dan kreativitas memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan niat untuk memulai bisnis baru. Selain itu, penelitian oleh Jiatong et al. (2021) menegaskan bahwa kreativitas dapat mendorong individu untuk mengembangkan niat kewirausahaan yang kuat, sementara Li et al. (2023) mengungkapkan bahwa pola pikir kewirausahaan berperan sebagai elemen kunci dalam mengidentifikasi peluang bisnis.

Temuan-temuan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan dalam pemahaman mengenai pengaruh antara pola pikir kewirausahaan, kreativitas, dan niat kewirausahaan. Hal ini menciptakan kebutuhan untuk penelitian lebih lanjut guna memperjelas bagaimana kedua faktor tersebut dapat secara signifikan memengaruhi niat kewirausahaan, khususnya pada populasi tertentu seperti pensiunan karyawan.

Hasil penelitian pendahuluan pada pensiunan karyawan PT Great Giant Foods di Lampung Tengah menunjukkan bahwa niat berwirausaha mereka masih berada pada tingkat yang belum optimal. Indikasi ini menunjukkan pentingnya untuk mengembangkan pola pikir kewirausahaan dan kreativitas pada kelompok ini.

Penelitian ini menjadi semakin krusial karena pensiunan PT GGF Lampung Tengah memiliki potensi besar untuk berkontribusi pada perekonomian lokal melalui kegiatan wirausaha, tetapi masih menghadapi keraguan dan ketidakpastian dalam mengambil langkah nyata. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih mendalam tentang pengaruh pola pikir kewirausahaan dan kreativitas terhadap niat kewirausahaan dapat memberikan wawasan berharga dalam mendukung mereka untuk memulai usaha secara lebih percaya diri dan terencana.

Mengacu pada uraian latar belakang masalah, maka penulis menentukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah pola pikir kewirausahaan berpengaruh terhadap niat kewirausahaan pensiunan karyawan PT GGF Lampung Tengah?
2. Apakah kreativitas berpengaruh terhadap niat kewirausahaan pensiunan karyawan PT GGF Lampung Tengah?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh pola pola pikir kewirausahaan terhadap niat kewirausahaan pensiunan karyawan PT GGF Lampung Tengah.
2. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap niat kewirausahaan pensiunan karyawan PT GGF Lampung Tengah.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat yang bermanfaat secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan wawasan dan pengetahuan, khususnya terkait pengaruh pola pikir kewirausahaan dan kreativitas terhadap niat kewirausahaan. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi pengembangan teori dan penelitian serupa di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini juga diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang terlibat, sebagai berikut:

a) Bagi Pensiunan Karyawan PT Great Giant Foods

Penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang pentingnya pola pikir kewirausahaan dan kreativitas sebagai bekal untuk mempersiapkan usaha pasca pensiun. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat berwirausaha, pensiunan diharapkan lebih percaya diri dalam merencanakan dan menjalankan usaha mandiri.

b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi yang berguna untuk memperluas wawasan dan pengetahuan dalam penelitian-penelitian yang akan datang, khususnya mengenai pengaruh antara pola pikir kewirausahaan, kreativitas, dan niat kewirausahaan. Dengan demikian, penelitian di bidang ini dapat terus berkembang menjadi lebih baik dan lebih relevan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pola Pikir Kewirausahaan

2.1.1 Pengertian Pola Pikir Kewirausahaan

Pola pikir kewirausahaan merupakan cara berpikir individu memahami, merencanakan, dan memanfaatkan peluang bisnis dengan keberanian mengambil risiko serta menciptakan solusi inovatif dalam menghadapi ketidakpastian (Jiatong et al, 2021). Pola pikir ini memengaruhi seseorang dalam mengubah ide menjadi kenyataan melalui kreativitas dan keberanian untuk mencoba hal-hal baru. Menurut buku *The Entrepreneurial Mindset: How to Think Like an Innovator*, pola pikir ini mencerminkan karakteristik individu yang tidak hanya mampu melihat peluang di mana orang lain melihat hambatan, tetapi juga bersedia mengambil langkah untuk mewujudkan peluang tersebut (Ashraf et al., 2024).

Komponen utama dari pola pikir kewirausahaan meliputi inovasi, fleksibilitas, dan keberanian dalam menghadapi ketidakpastian. Hal ini mencakup kemampuan untuk melihat berbagai kemungkinan, berpikir kritis terhadap asumsi yang ada, dan mengambil langkah untuk mengeksplorasi solusi baru (Ali et al., 2024). Penelitian juga menunjukkan bahwa pola pikir kewirausahaan memiliki dampak positif terhadap intensi kewirausahaan dengan memberikan landasan untuk berinovasi dan mengelola risiko secara efektif (Jiatong et al., 2021).

Sebagai salah satu elemen penting dalam kewirausahaan, pola pikir kewirausahaan memberikan pemahaman mendalam tentang cara mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang secara efektif. Oleh karena itu, pola pikir ini tidak hanya penting bagi pengembangan usaha tetapi juga bagi individu yang ingin beradaptasi dan sukses dalam lingkungan yang terus berubah.

2.1.2 Karakteristik Pola Pikir Kewirausahaan

Menurut Coyle (2024) salah satu pendekatan untuk memahami pola pikir kewirausahaan adalah dengan merangkum karakteristik utamanya dalam *mnemonic MINDSET*, yang mencerminkan tujuh perilaku kewirausahaan yang esensial:

- 1) *Meet real needs* (Memenuhi kebutuhan nyata): Wirausahawan sukses memiliki kemampuan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan masyarakat secara relevan.
- 2) *Innovate* (Berinovasi): Inovasi adalah inti dari kewirausahaan, di mana individu harus mampu menciptakan solusi baru atau menyempurnakan yang ada.
- 3) *Never act unethically* (Jangan pernah bertindak tidak etis): Etika menjadi landasan utama dalam pengambilan keputusan yang berkelanjutan.
- 4) *Dare to take risks* (Berani mengambil risiko): Keberanian untuk mengambil risiko secara terukur adalah kunci dalam mengejar peluang baru.
- 5) *Sell* (Menjual): Kemampuan untuk memasarkan ide atau produk adalah keterampilan yang harus dimiliki.
- 6) *Exercise for productivity* (Latihan untuk produktivitas): Pola pikir ini mendorong individu untuk terus meningkatkan produktivitas melalui pengembangan diri.
- 7) *Take the initiative* (Mengambil inisiatif): Memulai tindakan tanpa harus menunggu arahan merupakan ciri khas seorang wirausahawan.

Ketujuh karakteristik ini dirancang untuk memberikan panduan sederhana namun efektif bagi individu yang ingin mengadopsi pola pikir kewirausahaan. *Mnemonic MINDSET* tidak hanya membantu mengingat karakteristik ini tetapi juga memberikan kerangka berpikir yang dapat diterapkan dalam kehidupan nyata. Pendekatan ini menunjukkan bahwa pola pikir kewirausahaan bukanlah sesuatu yang tetap, melainkan dapat dikembangkan melalui latihan dan kesadaran. Dengan memahami dan mengimplementasikan pola pikir ini, seseorang dapat mengasah kemampuan untuk mengidentifikasi peluang, menciptakan inovasi, dan menjalankan usaha dengan integritas serta keberanian.

2.1.3 Indikator Pola Pikir Kewirausahaan

Menurut Jiatong et al. (2021) indikator pola pikir kewirausahaan mencakup tiga aspek utama:

1) Pemahaman terhadap Peluang

Menurut Jiatong et al. (2021), kemampuan untuk mengenali dan mengevaluasi peluang adalah elemen esensial dalam pola pikir kewirausahaan. Pemahaman ini melibatkan kemampuan individu untuk bereaksi terhadap tantangan dan peluang yang muncul dalam aktivitas kewirausahaan. Evaluasi peluang memberikan dasar bagi wirausahawan untuk menentukan langkah strategis yang dapat diambil untuk mengoptimalkan hasil usahanya.

2) Perencanaan Aktivitas

Perencanaan aktivitas mencakup penentuan waktu dan sumber daya yang dibutuhkan untuk aktivitas kewirausahaan. Wirausahawan yang memiliki pola pikir strategis cenderung melibatkan diri dalam penyusunan rencana keuangan dan operasional untuk memastikan kelancaran usaha mereka. Penelitian menunjukkan bahwa perencanaan yang matang memberikan kontribusi signifikan terhadap keberhasilan dalam menjalankan usaha.

3) Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan merupakan aspek kritis dari pola pikir kewirausahaan. Hal ini melibatkan kemampuan untuk mengevaluasi ide-ide bisnis serta manfaat yang dapat diperoleh dari berbagai peluang usaha. Pengambilan keputusan yang efektif didukung oleh pengalaman serta keberanian dalam mengambil risiko untuk menciptakan nilai baru bagi bisnis.

Ketiga indikator ini menunjukkan bahwa pola pikir kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan inovatif dan kreatif, tetapi juga mencakup keterampilan dalam memahami peluang, merencanakan aktivitas, dan mengambil keputusan strategis (Jiatong et al., 2021). Dengan mengembangkan aspek-aspek tersebut, seseorang dapat meningkatkan potensi keberhasilannya dalam menjalankan usaha.

2.1.4 Faktor yang Mempengaruhi Pola Pikir Kewirausahaan

Pola pikir kewirausahaan merupakan salah satu elemen penting yang menentukan kesuksesan seorang wirausahawan. Menurut Anggiani (2018), terdapat tiga faktor utama yang memengaruhi pola pikir kewirausahaan, yaitu faktor lingkungan, pendidikan, dan pengalaman.

Faktor lingkungan memiliki peran signifikan dalam membentuk pola pikir seseorang. Lingkungan keluarga dan masyarakat sering kali menentukan cara pandang individu terhadap kewirausahaan. Di Indonesia, banyak orang tua mendorong anak-anak mereka untuk berkarir di sektor pemerintahan karena dianggap lebih stabil. Namun, kebijakan pemerintah, dukungan sosial, dan norma masyarakat juga dapat menciptakan peluang untuk menumbuhkan entrepreneurial mindset (Anggiani, 2018, hlm. 24). Oleh karena itu, lingkungan yang kondusif sangat dibutuhkan untuk memfasilitasi pertumbuhan jiwa kewirausahaan.

Faktor pendidikan juga memainkan peranan penting dalam membentuk pola pikir kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan dipandang sebagai proses pembelajaran jangka panjang yang dapat meningkatkan keterampilan dan kualitas produk. Meskipun demikian, integrasi pendidikan kewirausahaan dalam kurikulum formal di Indonesia masih belum optimal. Hal ini menyebabkan pelajar dan mahasiswa belum sepenuhnya memahami dan mengaplikasikan jiwa kewirausahaan secara konkret. Menurut Anggiani (2018), diperlukan pendekatan pendidikan yang lebih praktis untuk menanamkan nilai-nilai kewirausahaan sejak usia dini (hlm. 24-25).

Faktor pengalaman turut berkontribusi secara langsung terhadap keberhasilan seseorang sebagai wirausahawan. Pengalaman hidup dan kerja memberikan bekal yang memungkinkan seseorang untuk berpikir rasional dan mengambil keputusan secara objektif. Pengalaman juga membantu individu menghindari pengulangan kesalahan di masa lalu, yang dapat menjadi modal penting dalam perjalanan kewirausahaan (Anggiani, 2018, hlm. 25). Dengan demikian, pengalaman menjadi salah satu faktor utama dalam membangun pola pikir kewirausahaan yang tangguh.

2.2 Kreativitas

2.2.1 Kreativitas dalam Kewirausahaan

Kreativitas merupakan salah satu elemen utama dalam kewirausahaan yang mendukung pengembangan ide-ide baru, inovatif, dan relevan untuk memecahkan masalah dalam konteks bisnis. Kreativitas adalah kemampuan individu untuk menghasilkan ide-ide baru, inovatif, dan praktis yang dapat diaplikasikan dalam berbagai konteks kewirausahaan (Li et al., 2023). Dalam konteks kewirausahaan, kreativitas mencakup kemampuan untuk mengidentifikasi dan mengeksplorasi peluang dengan cara-cara yang tidak konvensional, sehingga menciptakan solusi yang dapat memberikan keunggulan kompetitif (Ferreira-Neto et al., 2023).

Penelitian menunjukkan bahwa kreativitas berperan sebagai katalisator dalam membentuk niat kewirausahaan. Individu dengan tingkat kreativitas tinggi cenderung memiliki keyakinan yang lebih besar terhadap kemampuan mereka untuk memulai bisnis baru dan menciptakan nilai (Shi et al., 2020). Kreativitas juga membantu wirausahawan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis melalui inovasi yang terus menerus. Hal ini memungkinkan mereka untuk menciptakan produk, layanan, atau proses yang tidak hanya unik tetapi juga sesuai dengan kebutuhan pasar (Puhakka, 2012).

Selain itu, kreativitas sering kali dipengaruhi oleh motivasi intrinsik dan hasrat kewirausahaan. Motivasi ini mendorong individu untuk mengeksplorasi dan mewujudkan ide-ide kreatif mereka dalam bentuk usaha yang nyata. Kombinasi antara kreativitas dan motivasi intrinsik ini memberikan landasan kuat bagi perkembangan niat kewirausahaan dan keberhasilan bisnis jangka panjang (Ferreira-Neto et al., 2023).

Dengan demikian, kreativitas menjadi faktor penting yang tidak hanya mendukung proses penciptaan ide, tetapi juga mengarahkan wirausahawan untuk mengambil keputusan strategis yang dapat menghasilkan inovasi dan pertumbuhan usaha yang berkelanjutan. Kreativitas wirausaha memerlukan dukungan pendidikan

kewirausahaan yang baik untuk membantu individu mengembangkan kemampuan ini secara efektif (Li et al., 2023)

2.2.2 Kreativitas sebagai Kompetensi Kewirausahaan

Kreativitas merupakan salah satu kompetensi utama dalam kewirausahaan yang mendukung pengembangan ide-ide inovatif, solusi baru, dan pendekatan kreatif dalam menjalankan usaha. Kreativitas dalam kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk menghasilkan ide-ide orisinal yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah, mengenali peluang, dan menciptakan nilai tambah di pasar (Amabile, 1997; Sternberg & Lubart, 1999).

Penelitian menunjukkan bahwa kreativitas memiliki hubungan erat dengan niat kewirausahaan. Individu yang memiliki tingkat kreativitas tinggi cenderung lebih mampu mengidentifikasi peluang unik dan merancang strategi inovatif untuk mengembangkan bisnis (Shi et al., 2020). Kreativitas juga menjadi pendorong utama bagi wirausahawan untuk menciptakan produk atau layanan baru yang mampu bersaing di pasar global. Selain itu, kreativitas sering kali dipengaruhi oleh motivasi intrinsik dan hasrat untuk berinovasi, yang memberikan landasan kuat bagi pengambilan keputusan strategis dalam kewirausahaan (Ferreira-Neto et al., 2023).

Komponen utama kreativitas kewirausahaan mencakup keterampilan, kebaruan, dan nilai. Keterampilan memungkinkan individu untuk menerapkan ide secara efektif; kebaruan mencerminkan orisinalitas dari ide yang dihasilkan; dan nilai menunjukkan relevansi serta manfaat dari ide tersebut dalam memenuhi kebutuhan pasar (Li et al., 2023). Dengan demikian, kreativitas tidak hanya mendukung inovasi dalam produk dan layanan tetapi juga membantu wirausahawan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan menciptakan keunggulan kompetitif.

Secara keseluruhan, kreativitas sebagai kompetensi kewirausahaan memberikan landasan yang kuat bagi keberhasilan usaha. Kreativitas mendorong wirausahawan untuk terus berinovasi, beradaptasi, dan menciptakan solusi yang relevan dengan kebutuhan pasar, sehingga memainkan peran penting dalam membangun usaha yang berkelanjutan.

2.2.3 Indikator Kreativitas

Kreativitas dalam kewirausahaan dapat diukur melalui tiga indikator utama, yaitu kemampuan menghasilkan ide, kemampuan berpikir kreatif, dan kemampuan mempromosikan ide (Jiatong et al., 2021). Ketiga indikator ini saling mendukung dan menjadi dasar untuk menciptakan inovasi yang bernilai dalam konteks kewirausahaan.

1) Kemampuan Menghasilkan Ide

Indikator ini mencakup kemampuan individu untuk menemukan solusi kreatif terhadap masalah, menghasilkan ide-ide baru yang bersifat praktis, serta memiliki ide-ide yang inovatif. Kemampuan ini penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan memenuhi kebutuhan pasar dengan cara yang unik dan berbeda.

2) Kemampuan Berpikir Kreatif

Kemampuan berpikir kreatif mengacu pada pendekatan baru dalam menangani masalah. Individu dengan kemampuan ini mampu memberikan perspektif yang segar dan menghasilkan ide-ide kreatif yang dapat digunakan untuk menciptakan peluang bisnis baru. Pendekatan ini membantu wirausahawan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar yang dinamis.

3) Kemampuan Mempromosikan Ide

Indikator ini mengukur kemampuan individu untuk mempromosikan ide-ide mereka kepada orang lain. Kemampuan ini mencakup keterampilan berkomunikasi, meyakinkan, dan mendapatkan dukungan dari pihak lain untuk mewujudkan ide-ide tersebut menjadi kenyataan.

Mengacu pada penelitian Jiatong et al. (2021), ketiga indikator ini memberikan landasan yang kuat untuk mendukung keberhasilan aktivitas kewirausahaan. Kreativitas yang diwujudkan melalui indikator-indikator ini tidak hanya meningkatkan potensi inovasi tetapi juga membantu wirausahawan dalam pengambilan keputusan strategis untuk mengembangkan bisnis.

2.3 Niat Kewirausahaan

2.3.1 Pengertian Niat kewirausahaan

Niat kewirausahaan adalah kesediaan, komitmen, dan tujuan seseorang untuk memulai atau mengembangkan usaha baru, yang mencerminkan kesiapan menghadapi tantangan, menjadikan kewirausahaan sebagai karier utama, dan memiliki dorongan kuat untuk merealisasikan ide bisnis (Jiatong et al., 2021). Niat ini menggambarkan kesiapan individu untuk terlibat secara aktif dalam berbagai aktivitas kewirausahaan, mulai dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan ide bisnis yang inovatif dan bernilai (Bird, 1988) dalam (Ferreira-Neto et al., 2023).

Niat kewirausahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi motivasi pribadi, kepercayaan diri (efikasi diri), dan sikap positif terhadap risiko dalam kewirausahaan. Sementara itu, faktor eksternal seperti dukungan sosial, kebijakan pemerintah, pendidikan kewirausahaan, dan lingkungan bisnis yang kondusif dapat memperkuat keinginan seseorang untuk mengejar tujuan menjadi wirausahawan (Ferreira-Neto et al., 2023; Ashraf et al., 2024).

Lebih jauh lagi, niat ini juga mencerminkan bagaimana individu memandang peluang bisnis dan kesediaan mereka untuk menghadapi tantangan serta risiko dalam merealisasikan peluang tersebut. Dengan adanya niat kewirausahaan yang kuat, seseorang akan lebih fokus dalam mengambil langkah strategis untuk menciptakan usaha baru yang tidak hanya bertujuan menghasilkan keuntungan tetapi juga mampu memberikan dampak sosial dan ekonomi yang positif. Oleh karena itu, niat kewirausahaan menjadi landasan penting yang memotivasi seseorang untuk mengambil tindakan nyata dalam mencapai kesuksesan di dunia usaha (Jiatong et al., 2021).

2.3.2 Teori niat kewirausahaan

Teori kewirausahaan menjelaskan bagaimana individu dapat mengenali peluang, mengambil risiko, dan menciptakan nilai melalui inovasi yang dilakukan dalam

konteks bisnis. Kewirausahaan dianggap sebagai elemen penting dalam pembangunan ekonomi karena kontribusinya dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong inovasi, dan menghasilkan pertumbuhan ekonomi (Ashraf et al., 2024). Bird (1988) mendefinisikan kewirausahaan sebagai proses dinamis yang mencakup kemampuan untuk merencanakan, memulai, dan mengelola usaha baru dengan memanfaatkan peluang yang tersedia di pasar. Dalam kerangka Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*), Ajzen (1991) menekankan bahwa kewirausahaan adalah perilaku yang terencana dan dipengaruhi oleh niat individu, yang dibentuk oleh tiga faktor utama: sikap terhadap kewirausahaan, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Faktor-faktor ini mencerminkan keyakinan individu atas kemampuan mereka untuk menjalankan usaha serta dukungan sosial yang mereka terima.

Teori kewirausahaan juga menyoroti pentingnya elemen-elemen seperti kreativitas, efikasi diri, dan kompetensi kewirausahaan sebagai pendorong utama keberhasilan usaha. Kreativitas berperan dalam menciptakan produk atau layanan yang unik dan memiliki nilai tambah di pasar, sementara efikasi diri memberikan keyakinan kepada wirausahawan untuk menghadapi tantangan bisnis dan mengambil keputusan strategis yang mendukung pertumbuhan usaha (Ferreira-Neto et al., 2023; Ashraf et al., 2024). Secara keseluruhan, teori ini memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami bagaimana faktor internal dan eksternal memengaruhi keberhasilan kewirausahaan, sekaligus menekankan pentingnya ekosistem yang mendukung inovasi dan keberlanjutan bisnis.

2.3.3 Indikator Niat Kewirausahaan

Tiga indikator niat kewirausahaan menurut Jiatong et al. (2021):

1) Kesiediaan dan Komitmen

Kesiediaan dan komitmen merupakan aspek penting dalam niat kewirausahaan. Komitmen diwujudkan melalui kesiapan individu untuk melakukan berbagai upaya demi mencapai tujuan menjadi wirausahawan. Jiatong et al. (2021) menegaskan bahwa kesiediaan untuk mengambil langkah konkret, seperti memulai bisnis, menjadi indikator kuat yang mencerminkan niat

kewirausahaan. Pernyataan seperti “Saya siap melakukan apa saja untuk menjadi wirausaha” menggambarkan kesungguhan komitmen ini.

2) Tujuan Profesional

Tujuan profesional mencerminkan fokus individu terhadap perencanaan karier sebagai wirausahawan. Menurut penelitian Jiatong et al. (2021), tujuan ini mencakup pandangan jangka panjang, seperti menetapkan wirausaha sebagai karier utama. Contohnya, pernyataan “Tujuan profesional saya adalah menjadi seorang wirausaha” menunjukkan orientasi kuat pada karier kewirausahaan sebagai bagian dari rencana hidup seseorang.

3) Niat Kuat untuk Memulai Bisnis

Niat kuat untuk memulai bisnis menggambarkan tekad individu dalam mewujudkan bisnis di masa depan. Jiatong et al. (2021) menyatakan bahwa niat ini diukur melalui komitmen pribadi untuk merancang dan menjalankan bisnis secara mandiri. Contoh pernyataan seperti “Saya memiliki niat kuat untuk memulai perusahaan suatu hari nanti” mengindikasikan tingkat intensi yang tinggi dalam menjadi wirausahawan.

Ketiga indikator ini saling mendukung dalam menggambarkan niat kewirausahaan individu, yang memainkan peran krusial dalam menentukan langkah-langkah yang akan diambil untuk mencapai tujuan kewirausahaan.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat berperan penting sebagai landasan dan pendukung untuk melakukan penelitian yang dilakukan penulis. Setiap penelitian tentu memiliki jenis dan karakteristik yang berbeda. Berikut beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan variabel pola pikir kewirausahaan (X1), kreativitas (X2) dan niat kewirausahaan (Y).

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No.	Penliti dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Tier
1	Wang Jiatong, Majid Murad, Fu Bajun, Muhammad Shahid Tufail, Farhan Mirza, Muhammad Rafiq (2021)	<i>Impact of Entrepreneurial Education, Mindset, and Creativity on Entrepreneurial Intention</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa pola pikir kewirausahaan dan kreativitas secara signifikan berkontribusi pada peningkatan niat kewirausahaan, dengan efikasi diri sebagai mediator yang memperkuat hubungan ini.	Q1
2	Macário Neri Ferreira-Neto, Jessyca Lages de Carvalho Castro, José Milton de Sousa-Filho, Bruno de Souza Lessa (2023)	<i>The Role of Self-Efficacy, Entrepreneurial Passion, and Creativity in Developing Entrepreneurial Intentions</i>	Kreativitas mendukung niat kewirausahaan jika dimediasi oleh passion kewirausahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas memainkan peran penting dalam mendorong niat kewirausahaan ketika dihubungkan dengan elemen emosional.	Q1
3	Muhammad Azeem Ashraf, Mohammad Zulkifli bin Abdul Rahim, Imran Munawar Qureshi, Muhammad Hanif (2024)	<i>Impact of Entrepreneurial Mindset and Alertness on Converting Education into Entrepreneurial Intentions</i>	Pola pikir kewirausahaan memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan niat kewirausahaan, terutama melalui kemampuannya membantu individu mengenali peluang bisnis baru.	Q2
4	Husnain Ali Ehsan Abbasi, Syed Zulfiqar	<i>Impact of Entrepreneurial Competency,</i>	Pola pikir kewirausahaan memiliki	Q2

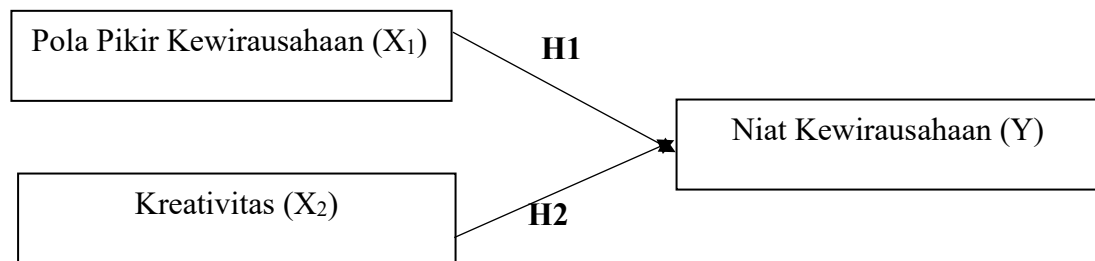
Bersambung

Lanjutan Tabel 2.1

No.	Peneliti dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Tier
	Ali Shah, Masroor Shah (2024)	<i>Entrepreneurial Mindset, and Self-Esteem on Entrepreneurial Intention</i>	pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat kewirausahaan, dengan efikasi diri memperkuat hubungan tersebut sebagai moderator.	
5	Yue Li, Keyan Cao, Hashem Salarzadeh Jenatabadi (2023)	<i>Effect of Entrepreneurial Education and Creativity on Entrepreneurial Intention in College Students</i>	Kreativitas dan pola pikir kewirausahaan memberikan pengaruh positif pada niat kewirausahaan, dengan inspirasi kewirausahaan dan efikasi diri yang memediasi hubungan ini.	Q1

2.5 Kerangka Pemikiran

Sekaran (2006) dalam Sudaryono, (2021:166) kerangka berpikir merupakan model konseptual yang menggambarkan hubungan antara teori dan berbagai faktor yang telah diidentifikasi. Dalam penelitian ini, pola pikir kewirausahaan (X1) dan kreativitas (X2) bertindak sebagai variabel independen, sedangkan niat kewirausahaan (Y) menjadi variabel dependen. Berdasarkan latar belakang, tinjauan pustaka, serta hasil penelitian sebelumnya, kerangka pemikiran tersebut dirumuskan untuk menggambarkan hubungan antar variabel yang diteliti.



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

Keterangan:

Variabel Independen : Pola Pikir Kewirausahaan dan Kreativitas

Variabel Dependent : Niat Kewirausahaan

—————▶ : Garis panah ini merupakan garis pengaruh variabel X_1 dan X_2 terhadap Y .

2.6 Hipotesis Penelitian

2.6.1 Pengaruh Pola Pikir Kewirausahaan terhadap Niat Kewirausahaan

Niat kewirausahaan, sebagaimana didefinisikan oleh Hsu et al. (2019) dalam Jiatong et al. (2021), merupakan keyakinan individu yang diakui secara sadar untuk memulai karier baru. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa niat ini berkaitan dengan kemampuan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan memanfaatkan peluang baru melalui perencanaan, pengorganisasian, serta pemanfaatan proses dan bahan baku (Miranda et al., 2017). Hubungan positif antara pola pikir kewirausahaan dan niat berwirausaha telah dikonfirmasi oleh berbagai studi (Abbasi et al., 2024; Ashraf et al., 2024). Pola pikir kewirausahaan sendiri merujuk pada kecenderungan individu untuk mengombinasikan kemampuan mengambil risiko, kebutuhan untuk berprestasi, serta hasrat untuk memulai bisnis baru. Selain itu, pola pikir ini mencakup kemampuan mengembangkan, merencanakan, dan mengorganisasi proyek untuk mencapai tujuan kewirausahaan (Bosman dan Fernhaber, 2019) (Jiatong et al., 2021).

Menurut Lee & Ha (2022) menemukan bahwa lansia yang memiliki pola pikir berkembang menunjukkan niat kewirausahaan yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang memiliki pola pikir tetap. Individu dengan pola pikir berkembang cenderung percaya bahwa kemampuan kewirausahaan dapat dipelajari dan ditingkatkan, sehingga lebih terbuka pada peluang baru, lebih berani mengambil risiko, dan lebih percaya diri untuk memulai usaha. Pola pikir ini memengaruhi kemampuan individu dalam mengidentifikasi peluang dan mengambil tindakan yang relevan. Secara keseluruhan, pola pikir kewirausahaan membantu individu menghadapi ketidakpastian serta mendorong mereka untuk mengidentifikasi peluang bisnis baru (Abbasi et al., 2024). Penting untuk dipahami bahwa pola pikir kewirausahaan berkembang seiring waktu dan membutuhkan praktik rutin (Aima et al., 2020). Oleh karena itu, individu dianjurkan untuk lebih memperhatikan peluang dalam kehidupan sehari-hari guna membuat pola pikir mereka lebih efisien.

Mengacu pada penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa individu dengan pola pikir kewirausahaan cenderung lebih aktif dalam kegiatan kewirausahaan dibandingkan yang lainnya, sehingga peneliti mengajukan hipotesis berikut:

Hipotesis 1 : Pola pikir kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kewirausahaan pensiunan karyawan PT GGF Lampung Tengah.

2.6.2 Pengaruh Kreativitas terhadap Niat Kewirausahaan

Kreativitas adalah aspek penting dalam pemrosesan kognitif individu yang memungkinkan terciptanya ide-ide baru dan bermanfaat melalui penggunaan informasi dan pengetahuan secara tepat (Zampetakis & Moustakis, 2006) dalam (Jiatong et al., 2021). Menurut Rodrigues et al. (2019) dalam Jiatong et al. (2021), kreativitas diartikan sebagai kemampuan dan keterampilan yang dimiliki oleh individu. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kreativitas memegang peran penting dalam kegiatan kewirausahaan, di mana kewirausahaan itu sendiri merupakan aktivitas yang kreatif (Shi et al., 2020).

Li et al. (2023) menegaskan bahwa kreativitas berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan niat berwirausaha melalui pengembangan inspirasi dan pola

pikir kewirausahaan yang inovatif. Penelitian oleh Chang et al. (2023) menyebutkan bahwa lansia yang memiliki tingkat kreativitas tinggi cenderung mengalami lebih sedikit emosi negatif serta memiliki kemampuan pengendalian diri yang lebih baik. Kondisi tersebut mendorong pendalaman aspek spiritualitas dalam diri mereka. Spiritualitas yang mendalam ini berperan penting dalam membantu lansia mencapai pengalaman transendensi dan meningkatkan kepuasan terhadap kualitas hidup yang dijalani. Sejalan dengan itu, Herman (2011) mengamati bahwa keterlibatan dalam aktivitas kreatif dapat memperkaya kesejahteraan fisik, mental, dan spiritual lansia, sehingga berdampak positif terhadap peningkatan kepuasan hidup mereka.

Mengacu pada berbagai studi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kreativitas memiliki hubungan positif dengan niat berwirausaha. Oleh karena itu, peneliti mengajukan hipotesis berikut:

Hipotesis 2 : Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kewirausahaan pensiunan karyawan PT GGF Lampung Tengah.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rencana yang mencakup proses pengumpulan, pengukuran, dan analisis data berdasarkan pertanyaan penelitian yang ditentukan (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak tahap perencanaan hingga pelaksanaan. Data kemudian dianalisis secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan kuantitatif dipilih karena proses pengumpulan data dimulai dengan menentukan konsep-konsep yang berkaitan dengan variabel-variabel berdasarkan teori yang telah ditetapkan oleh peneliti. Variabel-variabel tersebut kemudian diidentifikasi indikatornya, disusun dalam bentuk kuesioner, dan dilengkapi dengan pilihan jawaban serta skor yang relevan.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

3.2.1 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pensiunan karyawan PT Great Giant Foods (GGF) yang berdomisili di Lampung Tengah. Pensiunan karyawan dipilih karena mereka telah memasuki masa pensiun dan dianggap memiliki potensi untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan. Masa pensiun sering kali menjadi momen transisi di mana individu mencari peluang usaha baru sebagai alternatif produktivitas ekonomi.

3.2.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah PT Great Giant Foods (GGF), sebuah perusahaan besar yang berlokasi di Lampung Tengah. Perusahaan ini dipilih karena memiliki banyak karyawan pensiun setiap tahunnya, sehingga relevan untuk dijadikan konteks dalam mengkaji pengaruh pola pikir kewirausahaan dan kreativitas terhadap niat kewirausahaan.

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.1. Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Pola Pikir Kewirausahaan (X ₁)	Pola pikir kewirausahaan merupakan cara berpikir individu memahami, merencanakan, dan memanfaatkan peluang bisnis dengan keberanian mengambil risiko serta menciptakan solusi inovatif dalam menghadapi ketidakpastian <i>Sumber: (Jiatong et al, 2021)</i>	1. Pemahaman terhadap peluang 2. Perencanaan aktivitas 3. Pengambilan Keputusan <i>Sumber: (Jiatong et al., 2021)</i>	Likert
2	Kreativitas (X ₂)	Kreativitas adalah kemampuan individu untuk menghasilkan ide-ide baru, inovatif, dan praktis yang dapat diaplikasikan dalam berbagai konteks kewirausahaan. <i>Sumber: (Li et al., 2023)</i>	1. Kemampuan menghasilkan ide 2. Kemampuan berpikir kreatif 3. Kemampuan mempromosikan ide <i>Sumber: (Jiatong et al., 2021)</i>	Likert
3	Niat Kewirausahaan (Y)	Niat kewirausahaan adalah kesediaan, komitmen, dan tujuan seseorang untuk memulai atau mengembangkan usaha baru, yang mencerminkan kesiapan menghadapi tantangan, menjadikan kewirausahaan sebagai karier utama, dan memiliki dorongan kuat untuk merealisasikan ide bisnis <i>Sumber: (Jiatong et al., 2021)</i>	1. Kesediaan dan komitmen 2. Tujuan professional 3. Niat kuat untuk memulai bisnis <i>Sumber: (Jiatong et al., 2021)</i>	Likert

3.4 Sumber Data Penelitian

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti terkait topik penelitian untuk tujuan tertentu. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada responden. Menurut Sekaran dan Bougie (2016), kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menyajikan pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden. Sumber data primer pada penelitian ini adalah pensiunan karyawan PT GGF di Lampung Tengah.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, misalnya dari dokumen atau referensi lain (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam konteks penelitian ini, data sekunder diambil dari berbagai sumber seperti laporan tahunan perusahaan, profil perusahaan, informasi dari internet, buku referensi, dan jurnal penelitian terkait. Data sekunder ini berfungsi sebagai bahan pelengkap dalam menganalisis dan menyempurnakan hasil penelitian.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survey dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawab pertanyaan tersebut (Sugiyono, 2019). Kuesioner disebar secara online menggunakan fasilitas dari google form kepada responden dengan mengisi jawaban disetiap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan untuk mengetahui pendapat responden mengenai pola pikir kewirausahaan dan kreativitas terhadap niat kewirausahaan pada pensiunan karyawan pt great giant foods lampung tengah. Untuk keperluan penelitian ini, jawaban pada kuesioner menggunakan skala likert 5 pengukuran yang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3.2. Skala *Likert*

Skala Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sekaran & Bougie, 2016)

Kuisisioner dalam penelitian ini merupakan kuisisioner tertutup, dimana responden cukup memilih jawaban yang telah peneliti sediakan. Kuisisioner ini terdiri dari 18 butir pernyataan, 6 butir pernyataan untuk variabel pola pikir kewirausahaan, 6 butir untuk variabel kreativitas, dan 6 butir untuk variabel niat kewirausahaan.

3.6 Populasi dan Sampel

3.6.1 Populasi

Populasi merupakan jumlah seluruh kelompok individu dan peristiwa-peristiwa atau objek yang menarik perhatian peneliti untuk mempelajarinya dan menjadi fokus penelitian yang ingin diselidiki oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pensiunan karyawan tetap PT Great Giant Foods (PT GGF) yang tergabung dalam Yayasan Purna Bakti di Lampung Tengah.

3.6.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota yang dipilih dari populasi tersebut. Sampel merupakan sub kelompok atau bagian dari populasi (Sekaran & Bougie, 2016). Pemilihan sampel merupakan proses pemilihan elemen dari populasi untuk mendapatkan sampel yang representatif.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel non-probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel di mana unsur-unsur dalam populasi tidak memiliki probabilitas yang sama atau tetap untuk terpilih menjadi subjek sampel (Sekaran & Bougie, 2016).

Kriteria pensiunan karyawan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah pensiunan karyawan tetap PT Great Giant Foods (PT GGF) di Lampung Tengah, yang telah memasuki masa pensiun antara tahun 2022 hingga 2025 saat pengisian kuesioner, serta merupakan anggota Yayasan Purna Bakti yang tergabung dalam grup WhatsApp internal yayasan dengan jumlah anggota sebanyak 253 orang. Jumlah sampel yang digunakan menurut (Hair et al., 2010) dihitung berdasarkan indikator penelitian dikalikan dengan 5 hingga 10 yang digunakan dalam bukunya yang berjudul “*Multivariate Data Analysis*”. Rumus yang digunakan dalam perhitungan ini sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Jumlah Sampel} &= (\text{Jumlah Indikator} \times 5 \text{ hingga } 10) \\ &= (18 \times (5 \text{ hingga } 10)) \\ &= 90-180\end{aligned}$$

Dalam penelitian ini mengacu pada perhitungan rumus di atas, sampel yang menjadi responden berada dalam rentang 90 hingga 180 responden. Dengan demikian, peneliti menetapkan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 120 responden.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Penelitian ini menggunakan analisis faktor untuk menguji validitas instrumen penelitian dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Uji validitas bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat mengukur secara akurat konsep atau tujuan yang diinginkan. Validitas mengukur sejauh mana instrumen yang dikembangkan mampu mengukur konsep yang dimaksud (Sekaran & Bougie, 2016: 292). Uji validitas konstruk dengan analisis faktor digunakan untuk melakukan uji validitas instrument, yang dapat menunjukkan seberapa valid hasil yang diperoleh dari penggunaan indikator sesuai dengan konsep teori yang digunakan.

Keputusan mengenai validitas didasarkan pada kriteria berikut:

- 1) Jika nilai loading faktor lebih besar dari 0,50 maka item tersebut dianggap valid.
- 2) Jika nilai loading faktor kurang dari 0,50 maka item tersebut dianggap tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya dan handal. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas diperlukan untuk mengetahui apakah indikator yang digunakan di penelitian ini konsisten dan dapat diandalkan untuk digunakan di penelitian. Berdasarkan pada (Hair et al, 2014), pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan komposit keandalan. Menurut Hair et al. (2014), sebuah instrumen penelitian dapat dikatakan reliable jika memiliki nilai Cronbach Alpha $\geq 0,60$. Semakin mendekati angka 1 nilai cronbach alpha, maka semakin baik instrumen pengukuran. Untuk itu nilai cronbach alpha dalam penelitian ini yaitu harus $\geq 0,60$. Sehingga, nilai diantara 0,6 dan 0,7 dianggap baik sedangkan nilai 0,7 sampai 0,9 dianggap memuaskan.

3.7.3 Uji Normalitas

Uji normalitas mempunyai tujuan untuk menilai apakah model regresi, variabel pengganggu atau residunya berdistribusi normal (Ghozali, 2016: 154). Data berdistribusi normal dapat digunakan dalam uji statistik parametrik seperti analisis regresi. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk menguji normalitas adalah Uji one sample Kolmogorov-Smirnov. Keputusan pengujian dapat diambil berdasarkan nilai profitabilitas (asimtotik signifikansi) sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai profitabilitas lebih besar dari 0,05 maka, hipotesis diterima karena data tersebut berdistribusi secara normal.
- 2) Jika nilai profitabilitas kurang dari 0,05 maka, hipotesis ditolak karena data tersebut berdistribusi tidak normal.

3.8 Metode Analisis Data dan Hipotesis

3.8.1 Analisis Regresi Berganda

Untuk mengukur pengaruh pola pikir kewirausahaan dan kreativitas terhadap niat kewirausahaan, penelitian ini menggunakan metode regresi berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh pola pikir kewirausahaan sebagai variabel independen (X1) terhadap niat kewirausahaan variabel dependen (Y) dan kreativitas variabel independen (X2) terhadap variabel niat kewirausahaan sebagai variabel dependen (Y). Gujarati dan Porter (2009) menyatakan analisis regresi berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = B_1X_1 + B_2X_2$$

Keterangan:

Y : Niat Kewirausahaan

B₁ : Koefisien Regresi untuk Pola Pikir Kewirausahaan

B₂ : Koefisien Regresi untuk Kreativitas

X₁ : Pola Pikir Kewirausahaan

X₂ : Kreativitas

3.8.2 Uji Parsial (Uji T)

Uji statistik t digunakan untuk mengukur masing-masing variabel independen secara parsial memengaruhi variabel dependen yang relevan. Menurut Sekaran dan Bougie (2016), pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara individual. Suatu pengaruh dinyatakan signifikan apabila nilai signifikansi (sig) kurang dari α (0,05). Kriteria uji statistik t (parsial) antara lain sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi < 0,05 maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan) yang menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan) yang menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel depende

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Temuan penelitian ini memberikan wawasan tentang pengaruh pola pikir kewirausahaan dan kreativitas terhadap niat kewirausahaan pensiunan PT Great Giant Foods (GGF) Lampung Tengah. Berdasarkan analisis statistik dan pengujian hipotesis, penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Pola Pikir Kewirausahaan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Niat Kewirausahaan Pensiunan PT Great Giant Foods (GGF) Lampung Tengah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pola pikir kewirausahaan yang dimiliki pensiunan, maka semakin besar niat mereka untuk memulai usaha. Pensiunan yang memiliki pola pikir kewirausahaan yang baik cenderung lebih siap untuk menghadapi tantangan dunia usaha dan merencanakan langkah-langkah bisnis yang terstruktur, terutama pada indikator tertinggi yang mencerminkan kemampuan memahami peluang dan mengambil keputusan strategis.
2. Kreativitas Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Niat Kewirausahaan Pensiunan Karyawan PT Great Giant Foods (GGF) Lampung Tengah. Temuan ini menunjukkan bahwa pensiunan yang memiliki tingkat kreativitas tinggi, seperti kemampuan untuk menghasilkan ide baru, berpikir inovatif, dan mempromosikan ide usaha, memiliki niat berwirausaha yang lebih kuat. Kreativitas terbukti menjadi faktor dominan dalam mendorong pensiunan untuk memulai usaha mereka, terutama pada indikator tertinggi yang berkaitan dengan kemampuan berpikir inovatif dan adaptif terhadap perubahan pasar.

5.2 Saran

Mengacu pada temuan penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Saran berdasarkan Indikator Terendah untuk Meningkatkan Niat Kewirausahaan
 - a. Variabel pola pikir kewirausahaan, aspek yang paling rendah adalah pengalokasian waktu untuk aktivitas kewirausahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pensiunan belum secara konsisten meluangkan waktu untuk merencanakan dan menjalankan kegiatan kewirausahaan. Karena indikator ini berperan penting dalam membangun pola pikir kewirausahaan yang matang, disarankan agar program pelatihan menekankan pengelolaan waktu dan perencanaan aktivitas secara terstruktur. Dengan memperbaiki aspek ini, diharapkan kesiapan pensiunan dalam berwirausaha akan meningkat dan secara langsung mendukung niat kewirausahaan.
 - b. Pada variabel kreativitas, kemampuan untuk secara rutin menemukan solusi kreatif menjadi aspek paling lemah. Aspek ini sangat berperan dalam meningkatkan kreativitas yang diperlukan untuk menghadapi tantangan bisnis. Oleh sebab itu, pelatihan yang berfokus pada teknik berpikir kreatif dan pemecahan masalah inovatif perlu diintensifkan. Melalui perbaikan pada aspek ini, kreativitas pensiunan akan tumbuh secara signifikan, sehingga mendorong niat kewirausahaan menjadi lebih kuat.
 - c. Pada variabel niat kewirausahaan, niat yang kuat untuk memulai bisnis merupakan indikator yang nilainya paling rendah. Indikator ini sangat menentukan apakah pensiunan benar-benar akan melaksanakan niat mereka menjadi tindakan nyata. Oleh karena itu, penguatan komitmen melalui motivasi, penyuluhan, dan pemberian contoh keberhasilan wirausahawan sejenis perlu dilakukan secara berkelanjutan. Perbaikan pada indikator ini akan memastikan niat kewirausahaan tidak hanya menjadi keinginan, tetapi juga diwujudkan dalam bentuk usaha yang nyata.

2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Beberapa saran untuk penelitian selanjutnya antara lain:

- a. Menambahkan Variabel Lain. Penelitian berikutnya dapat mempertimbangkan variabel lain, untuk memahami pengaruhnya terhadap niat kewirausahaan pensiunan.
- b. Memperluas Populasi Penelitian. Penelitian mendatang dapat melibatkan pensiunan dari perusahaan atau wilayah lain untuk memperluas ruang lingkup penelitian dan memperkaya temuan.
- c. Melibatkan Sektor yang Berbeda. Penelitian di masa depan dapat melibatkan sektor lain, seperti perusahaan swasta atau multinasional, untuk melihat apakah hasil yang ditemukan konsisten di berbagai industri.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbasi, H. A. E., Mushtaq, K., & Rizwan, M. F. (2023). *Impact of Digital Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Success with The Moderating Role of Resource Availability in Pakistan*. *Contemporary Issues in Social Sciences and Management Practices*, 2(4), 234-248.
- Abbasi, H. A. E., Shah, S. Z. A., & Shah, M. (2024). *Impact of entrepreneurial competency, entrepreneurial mindset, and self-esteem on entrepreneurial intention with the moderating role of self-efficacy: Evidence from Pakistan*. *NICE Research Journal*, 17(3), 1–16. <https://doi.org/10.51239/nrjss.v17i3.473>
- Abu Bakar, A. R., Ahmad, S. Z., Wright, N. S., & Skoko, H. (2017). *The propensity to business startup: Evidence from Global Entrepreneurship Monitor (GEM) data in Saudi Arabia*. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 9(3), 263–285. <https://doi.org/10.1108/JEEE-07-2016-0025>
- Adeigbe, K. Y., & Adebuseye, A. B. (2019). *Entrepreneurial activities as antidotes to retirement penury in Nigeria: A study of Southwestern States*. *Journal of Management and Social Sciences*.
- Aima, M. H., Wijaya, S. A., Carawangsa, L., and Ying, M. (2020). *Effect of global mindset and entrepreneurial motivation to entrepreneurial self-efficacy and implication to entrepreneurial intention*. *Dinasti. Int. J. Digit. Bus. Manag.* 1, 302–314. doi: 10.31933/dijdbm.v1i2.160
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- Akbari, M., Irani, H. R., Zamani, Z., Valizadeh, N., & Arab, S. (2024). *Self-esteem, entrepreneurial mindset, and entrepreneurial intention: A moderated mediation model*. *The International Journal of Management Education*, 22(1), 100934. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100934>
- Ali, H. A. E., Abbasi, S. Z. A., & Shah, M. (2024). *Impact of entrepreneurial competency, entrepreneurial mindset, and self-esteem on entrepreneurial intention*. *NICE Research Journal*, 17(3), 1–10

- Al-Ghazali, B. M., Shah, S. H. A., & Sohail, M. S. (2022). *The role of five big personality traits and entrepreneurial mindset on entrepreneurial intentions among university students in Saudi Arabia*. *Frontiers in Psychology*, 13, 964875.
- Amabile, T. M. (1997). *Motivating creativity in organizations: On doing what you love and loving what you do*. *California Management Review*, 40(1), 39–58.
- Anggiani, S. (2018). *Kewirausahaan: Pola pikir, pengetahuan, dan keterampilan (Edisi ke-2)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ashraf, M. A., Rahim, M. Z. b. A., Qureshi, I. M., & Hanif, M. (2024). *Impact of entrepreneurial mindset and alertness on converting education into entrepreneurial intentions: A study of Pakistani university students*. *Sustainability*, 16, 9345. <https://doi.org/10.3390/su16219345>
- Azizah, L. M. (2011). *Keperawatan lanjut usia*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Bird, B. (1988). *Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention*. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453.
- Bosman, L., and Fernhaber, S. (2019). *Applying authentic learning through cultivation of the entrepreneurial mindset in the engineering classroom*. *Educ. Sci.* 9:7. doi: 10.3390/educsci901000
- Chang, C.-P., Tsai, C.-F., Wang, H.-C., & Liu, X. (2024). *The performance among gerotranscendence, life satisfaction, and creativity for retirees from the Taiwan region*. *Advances in Applied Sociology*, 14(10), 612–623. <https://doi.org/10.4236/aasoci.2024.1410040>
- Coyle, P. (2022). *Entrepreneurial mindset: How seven essential entrepreneurial behaviours can help you make your unique contribution to the world*. Entrepreneurial MindsetNetwork.
- Cui, J., Sun, J., and Bell, R. (2019). *The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial mindset of college students in China: The mediating role of inspiration and the role of educational attributes*. *Int. J. Manag. Educ.* 19:100296. doi: 10.1016/j.ijme.2019.04.001
- Cui, J., & Bell, R. (2022). *Behavioural entrepreneurial mindset: How entrepreneurial education activity impacts entrepreneurial intention and behaviour*. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 100639. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100639>
- Eliana, R. (2003). *Konsep Diri Pensiunan*. Medan: Universitas Sumatera Utara.

- Entrialgo, M., & Iglesias, V. (2020). *Entrepreneurial intentions among university students: The moderating role of creativity*. *European Management Review*, 17, 529–542. <https://doi.org/10.1111/emre.12386>
- Ferreira-Neto, M. N., de Carvalho Castro, J. L., de Sousa-Filho, J. M., & de Souza Lessa, B. (2023). *The role of self-efficacy, entrepreneurial passion, and creativity in developing entrepreneurial intentions*. *Frontiers in Psychology*, 14, 1134618. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1134618>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics (5th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Handayati, P., Wulandari, D., Soetjipto, B. E., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2020). *Does entrepreneurship education promote vocational students' entrepreneurial mindset?* *Heliyon*, 6, e05426. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05426>
- Hu, R., and Ye, Y. (2017). *Do entrepreneurial alertness and self-efficacy predict Chinese sports major students' entrepreneurial intention?* *Soc. Behav. Personal. Int. J.* 45, 1187–1196. doi: 10.2224/sbp.6356
- Hsu, C.-L., & Tsou, H.-T. (2007). *The influence of online survey on respondents' attitudes toward sensitive questions*. *Journal of Business Research*, 60(6), 587-594. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.12.001>
- Hsu, D. K., Burmeister-Lamp, K., Simmons, S. A., Foo, M.-D., Hong, M. C., and Pipes, J. D. (2019). *"I know I can, but I don't fit": perceived fit, self-efficacy, and entrepreneurial intention*. *J. Bus. Ventur.* 34, 311–326. doi: 10.1016/j.jbusvent.2018.08.004
- Jamil, N., Nasah, C. R. J., & Hassan, Z. (2014). *The feasibility of entrepreneurship after retirement*. *Malaysian Journal of Business and Economics*, 1(1), 19–33.
- Jiatong, W., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M. S., Mirza, F., & Rafiq, M. (2021). *Impact of entrepreneurial education, mindset, and creativity on entrepreneurial intention: Mediating role of entrepreneurial self-efficacy*. *Frontiers in Psychology*, 12, 724440. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.724440>
- Jung, E., and Lee, Y. (2020). *College students' entrepreneurial mindset: educational experiences override gender and major*. *Sustainability* 12:8272. doi: 10.3390/su12198272
- Lee, J.-Y., & Ha, T.-G. (2022). *The effects of senior growth mindset and entrepreneurial capacity on entrepreneurial intention: Focusing on the*

- mediating effect of entrepreneurial self-efficacy*. Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship, 17(6), 89–104.
- Li, C., Murad, M., Ashraf, S. F., Syed, N., and Riaz, M. (2020a). *Entrepreneurial nascent behaviour: The role of causation process in opportunity discovery and creation*. Entrep. Bus. Econ. Rev. 8, 183–200. doi: 10.15678/EBER.2020.080410
- Li, Y., Cao, K., & Salarzadeh Jenatabadi, H. (2023). *Effect of entrepreneurial education and creativity on entrepreneurial intention in college students: Mediating entrepreneurial inspiration, mindset, and self-efficiency*. Frontiers in Psychology, 14, 1240910. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1240910>
- McGrath, R. G., & MacMillan, I. C. (2000). *Assessing technology projects using real options reasoning*. Research-Technology Management, 43(4), 35–49.
- Mei, H., Ma, Z., Jiao, S., Chen, X., Lv, X., & Zhan, Z. (2017). *The sustainable personality in entrepreneurship: the relationship between big six personality, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intention in the Chinese context*. Sustainability, 9(9), 1649
- Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., and Rubio, S. (2017). *Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention*. Eur. Res. Manag. Bus. Econ. 23, 113–122. doi: 10.1016/j.iedeen.2017.01.001
- Naumann, C. (2017). *Entrepreneurial mindset: A synthetic literature review*. Entrepreneurial Business and Economics Review, 5(3), 149–172.
- Puhakka, V. (2012). “*Entrepreneurial creativity as discovery and exploitation of business opportunities*,” in *Entrepreneurship–creativity and innovative business models*, ed. T. Burger-Helmchen (Rijeka: Intech Open), 3–24. doi: 10.5772/37326
- Rodrigues, A. P., Jorge, F. E., Pires, C. A., and António, P. (2019). *The contribution of emotional intelligence and spirituality in understanding creativity and entrepreneurial intention of higher education students*. Educ. Train. 61, 870–894. doi: 10.1108/ET-01-2018-0026
- Saptono, A., Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Karyaningsih, R. P. D., & Yanto, H. (2020). *Does entrepreneurial education matter for Indonesian students’ entrepreneurial preparation: The mediating role of entrepreneurial mindset and knowledge*. Cogent Education, 7, 1836728. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2020.1836728>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business* (Vol. 19, Issue 5).
- Sekaran, U. (2006). *Research methods for business: A skill-building approach (4th ed.)*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons

- Setyarini, R., & Atamimi, N. (2011). Self Esteem dan Makna Hidup pada Pensiunan Pegawai Negeri Sipil. *Jurnal Psikologi* Vol. 38, No.2, 176-184.
- Shi, X., et al. (2020). *Entrepreneurial Creativity and Its Role in Entrepreneurial Intention*. *Journal of Business Research*, 117, 99–109.
- Stephens, S. (2024). *Time to say goodbye? Exploring the entrepreneurial transition to retirement*. *Journal of Business Venturing Insights*, 22, e00506. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2024.e00506>
- Sternberg, R. J., and Lubart, T. I. (1999). "The concept of creativity: prospects and paradigms," in *Handbook of creativity*, ed. R. J. Sternberg (Cambridge: Cambridge University Press), 3–15. doi: 10.1017/CBO9780511807916.00
- St-Jean, E., & Labelle, F. (2018). *Wanting to change the world, is it too much of a good thing? How sustainable orientation shapes entrepreneurial behaviour*. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(6), 1075-1086.
- Sukei, K. (2016, August 22). *The Retirement Blues: Identifying Post-Retirement Depression*. Retrieved from Genesight: <https://genesight.com/identifying-postretirement-depression/>
- Vodă, A. I., & Florea, N. (2019). *Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students*. *Sustainability*, 11, 1192. <https://doi.org/10.3390/su11041192>
- Wadhwani, R. D., Kirsch, D., Welter, F., Gartner, W. B., & Jones, G. G. (2020). *Context, time, and change: Historical approaches to entrepreneurship research*. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 14, 3–19. <https://doi.org/10.1002/sej.1346>
- Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., Mahendra, A. M., Wibowo, N. A., Harwida, G., et al. (2020). *The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: the mediating role of attitude and self-efficacy*. *Heliyon* 6:e04922. doi: 10.1016/j.heliyon.2020.e04922
- Wright, K. B. (2005). *Researching Internet-based populations: Advantages and disadvantages of online survey research, online questionnaire authoring software packages, and web survey services*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(3), JCMC1034. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2005.tb00259.x>
- Zampetakis, L. A., Gotsi, M., Andriopoulos, C., and Moustakis, V. (2011). *Creativity and entrepreneurial intention in young people: Empirical insights from business school students*. *Int. J. Entrep. Innov.* 12, 189–199. doi: 10.5367/ijei.2011.0037

Zampetakis, L. A., and Moustakis, V. (2006). *Linking creativity with entrepreneurial intentions: A structural approach*. Int. Entrep. Manag. J. 2, 413–428. doi: 10.1007/s11365-006-0006-z