

Pengaruh Kemitraan Ekonomi Kreatif Dan Sistem Maklun Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa

Afief Maula Novendra

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Pasundan, Bandung, Indonesia

e-mail: afiefmaulanovendra@unpas.ac.id

Article Information

Submit: 26-08-2025

Revised: 17-09-2025

Accepted: 21-09-2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemitraan ekonomi kreatif (X1) dan sistem maklun (X2) terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa (Y). Subjek penelitian adalah mahasiswa yang memiliki minat kewirausahaan dan terlibat dalam kegiatan berbasis ekonomi kreatif dengan memanfaatkan layanan maklun sebagai strategi produksi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengolahan data melalui IBM SPSS Statistic versi 22.0. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa kemitraan ekonomi kreatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa, ditunjukkan oleh nilai rerata sebesar 3,88 yang masuk kategori baik. Hipotesis kedua membuktikan bahwa sistem maklun juga berpengaruh signifikan dengan rerata 3,92 kategori baik, serta memberikan kontribusi sebesar 35,27% terhadap motivasi mahasiswa. Hal ini menegaskan bahwa efisiensi biaya, fleksibilitas produksi, dan fokus pada pemasaran menjadi faktor penting dalam menumbuhkan motivasi kewirausahaan. Hipotesis ketiga menunjukkan pengaruh simultan X1 dan X2 terhadap Y, dengan nilai R Square sebesar 0,475, yang berarti kedua variabel mampu menjelaskan motivasi berwirausaha mahasiswa sebesar 47,5%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menyarankan perlunya peningkatan sosialisasi, pendampingan, serta penguatan akses pasar agar kemitraan ekonomi kreatif dan sistem maklun dapat memberikan kontribusi yang lebih optimal dalam menciptakan wirausaha baru dari kalangan mahasiswa.

Kata kunci: Kemitraan ekonomi kreatif, Motivasi berwirausaha mahasiswa, Sistem maklun.

Abstract

This study aims to analyze the influence of creative economy partnership (X1) and macro system (X2) on student entrepreneurial motivation (Y). The research subjects are students who have an entrepreneurial interest and are involved in creative economy-based activities by utilizing maklun services as a production strategy. The research method uses a quantitative approach with data processing through IBM SPSS Statistics version 22.0. The results of the first hypothesis test showed that creative economy partnerships had a positive and significant effect on students' entrepreneurial motivation, as shown by an average score of 3.88 which was in the good category. The second hypothesis proves that the maklun system also has a significant effect with an average of 3.92 good categories, and contributes 35.27% to student motivation. This confirms that cost efficiency, production flexibility, and focus on marketing are important factors in fostering entrepreneurial motivation. The third hypothesis shows the simultaneous influence of X1 and X2 on Y, with an R Square value of 0.475, which means that both variables are able to explain the entrepreneurial motivation of students by 47.5%, while the rest is influenced by other factors outside the research model. Based on these findings, this study suggests the need to increase socialization, mentoring, and strengthen market access so that creative economy partnerships and macroeconomic systems can make a more optimal contribution in creating new entrepreneurs from students.

Keywords: Creative economy partnership, Macro system, Student entrepreneurial motivation

PENDAHULUAN

Perubahan lanskap ekonomi global dalam satu dekade terakhir telah memberikan ruang yang semakin luas bagi tumbuh dan berkembangnya sektor ekonomi kreatif. Sektor ini tidak hanya berperan penting dalam meningkatkan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga terbukti menciptakan lapangan kerja baru, memperkuat identitas budaya, serta membangun daya saing bangsa di era digital. Menurut laporan United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD, 2022), ekonomi kreatif menyumbang nilai ekspor lebih dari USD 1,5

triliun secara global, dan menjadi salah satu motor penggerak pemulihan ekonomi pasca-pandemi COVID-19. Indonesia sendiri melalui Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf, kini terintegrasi dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) menegaskan bahwa subsektor ekonomi kreatif seperti kuliner, kriya, fesyen, musik, aplikasi, dan film menjadi tulang punggung dalam mewujudkan visi Indonesia sebagai negara berbasis inovasi dan kreativitas (Kemenparekraf, 2023).

Di tengah dinamika tersebut, mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif melalui aktivitas kewirausahaan. Perguruan tinggi, khususnya program studi Pendidikan Ekonomi, diharapkan tidak hanya mencetak lulusan yang mampu bekerja sebagai tenaga pendidik, tetapi juga membentuk lulusan dengan jiwa wirausaha yang inovatif, kreatif, dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Hal ini sejalan dengan Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2022 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN), yang menempatkan kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan produktivitas dan kemandirian ekonomi bangsa. Dengan demikian, menumbuhkan motivasi berwirausaha mahasiswa menjadi agenda penting dalam proses pendidikan tinggi.

Motivasi berwirausaha sendiri didefinisikan sebagai dorongan internal maupun eksternal yang membuat seseorang terdorong untuk menciptakan usaha baru, mengelola risiko, dan mewujudkan peluang bisnis (Neneh, 2022; (Caliendo et al., 2023a). Motivasi tersebut dapat muncul dari berbagai faktor, mulai dari kebutuhan untuk berprestasi, keinginan untuk mandiri secara finansial, keyakinan diri dalam menghadapi tantangan, hingga adanya dorongan dan tarik (push & pull motivation) seperti keterbatasan lapangan kerja atau daya tarik peluang pasar baru (Liu et al., 2023; (Kuvshinikov & Kuvshinikov, 2023). Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang dapat mendorong mahasiswa semakin termotivasi untuk berwirausaha, salah satunya melalui kemitraan dalam ekosistem ekonomi kreatif dan sistem maklun (Novendra, Setiani, Aryanto, & Syahpriadi, 2024).

Kemitraan dalam ekonomi kreatif dapat dipahami sebagai bentuk kolaborasi antara mahasiswa dengan pelaku usaha, komunitas, maupun institusi lain yang berfokus pada pengembangan produk dan jasa berbasis kreativitas. Kemitraan ini memiliki sejumlah indikator penting, antara lain rasa aman psikologis dalam berbagi ide, komunikasi kolaboratif sebagai tim, reputasi dan kredibilitas yang dibangun dari rekomendasi klien, orientasi pada produk budaya lokal, serta orientasi hubungan jangka panjang. Melalui kemitraan tersebut, mahasiswa tidak hanya memperoleh pengalaman praktis dalam mengelola usaha, tetapi juga belajar membangun jaringan, meningkatkan kepercayaan diri, serta menumbuhkan keyakinan bahwa ide kreatif mereka memiliki nilai ekonomi (Zusmelia, Ansofonio, Irwan, & Ronald, 2023).

Selain kemitraan, sistem maklun menjadi aspek penting yang dapat mendukung mahasiswa dalam memulai usaha. Sistem maklun atau contract manufacturing system adalah model kerja sama di mana mahasiswa sebagai pemilik ide produk dapat memanfaatkan jasa produksi pihak ketiga untuk mewujudkan produk tanpa harus memiliki pabrik atau fasilitas produksi sendiri (Zailani et al., 2017; (Chiang et al., 2017). Sistem ini telah banyak diterapkan dalam industri fesyen, makanan, hingga produk digital, karena memberikan fleksibilitas bagi wirausaha pemula untuk fokus pada pengembangan ide, desain, pemasaran, dan distribusi, sementara aspek produksi ditangani oleh mitra. Indikator penting dalam sistem maklun meliputi transparansi biaya dan open-book, fleksibilitas pesanan atau kuantitas, serta ketentuan kontrak dan pembagian risiko (Marques et al., 2020; (Liu & Zhang, 2019).

Bagi mahasiswa, keberadaan sistem maklun memberikan peluang besar untuk memulai usaha dengan modal terbatas. Mereka tidak perlu mengeluarkan biaya besar untuk investasi mesin produksi, melainkan cukup menanggung biaya berdasarkan kontrak yang disepakati dengan mitra produsen. Transparansi biaya memastikan mahasiswa memahami struktur keuangan usaha mereka, fleksibilitas pesanan memungkinkan mahasiswa menyesuaikan produksi sesuai permintaan pasar,

sedangkan pembagian risiko memberikan perlindungan dari ketidakpastian bisnis. Hal ini sejalan dengan pandangan yang menyatakan bahwa sistem produksi berbasis maklun dapat menumbuhkan keberanian wirausaha muda dalam melakukan eksperimen bisnis karena beban risiko lebih ringan.

Jika dikaitkan dengan motivasi berwirausaha mahasiswa, kemitraan ekonomi kreatif dan sistem maklun dapat saling melengkapi. Kemitraan memberikan dukungan ekosistem, seperti mentoring, networking, dan reputasi, yang pada akhirnya memperkuat rasa percaya diri dan keamanan psikologis mahasiswa dalam berwirausaha. Sementara itu, sistem maklun memberikan kemudahan teknis, finansial, dan operasional yang membuat mahasiswa lebih berani mengambil langkah awal. Kedua faktor ini dapat memperkuat motivasi mahasiswa dalam menghadapi tantangan, memenuhi kebutuhan aktualisasi diri, membangun keyakinan, serta merespons faktor pendorong dan penarik dalam kewirausahaan (Buli & Yesuf, 2015; Neneh, 2022).

Di tengah potensi besar ekonomi kreatif, mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi masih menghadapi beragam tantangan dalam mengembangkan motivasi berwirausaha. Fenomena yang kerap ditemui adalah keterbatasan akses terhadap kemitraan yang kredibel, minimnya pengalaman praktis, serta rendahnya rasa percaya diri untuk mempresentasikan ide kreatif di hadapan pelaku industri. Akibatnya, banyak gagasan inovatif mahasiswa hanya berhenti pada ranah konsep tanpa berkembang menjadi usaha nyata. Demikian pula, orientasi akademik yang cenderung menyiapkan mahasiswa untuk profesi guru sering membuat dimensi kewirausahaan belum sepenuhnya diinternalisasi sebagai bagian penting dari identitas lulusan.

Di sisi lain, sistem maklun yang berpotensi membantu mahasiswa memulai usaha dengan modal terbatas juga belum dimanfaatkan secara optimal. Permasalahan yang muncul meliputi keterbatasan pengetahuan dalam menyusun kontrak, keraguan terhadap transparansi biaya, serta kesulitan menemukan mitra produsen yang dapat dipercaya. Kondisi ini menyebabkan mahasiswa enggan mengambil langkah awal berwirausaha, meskipun peluang pasar terbuka lebar. Fenomena gap antara peluang dan hambatan inilah yang membuat penelitian mengenai keterkaitan kemitraan ekonomi kreatif, sistem maklun, dan motivasi berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi menjadi menarik dan relevan untuk dikaji secara mendalam.

Penelitian *Kemampuan Kolaborasi Wirausaha Mahasiswa Melalui Model Project Based Learning (PJBL) Menggunakan Platform babari.id Pada Sub CPMK Merencanakan Usaha Dengan Sistem Maklun* menunjukkan bahwa penggunaan model pembelajaran berbasis proyek dan platform maklun dapat meningkatkan kemampuan kolaborasi mahasiswa dalam merencanakan usaha, sejalan dengan temuan penelitian *Penerapan Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Sistem Maklun Terhadap Minat Berwirausaha* di SMK Medikacom Bandung yang menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan dengan layanan maklun berpengaruh sangat kuat terhadap minat berwirausaha siswa dengan nilai R^2 sebesar 81,4% (Novendra, Setiani, Aryanto, & Syahpriadi, 2024). Namun, walaupun terdapat peningkatan kuantitatif yang nyata, masih terdapat tantangan dalam integrasi sistem maklun ke dalam kurikulum, kesiapan mahasiswa dan dosen, serta ketersediaan sumber daya pendukung seperti platform, mentor, dan materi, sehingga menjadi masalah yang menarik untuk diteliti lebih dalam, terlebih karena meskipun minat berwirausaha tinggi, praktik nyata usaha kreatif melalui kemitraan atau maklun masih relatif rendah akibat hambatan seperti keterbatasan akses modal, jaringan, legitimasi usaha, dukungan institusi, serta kurangnya pengalaman praktis.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh kemitraan ekonomi kreatif dan sistem maklun terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi. Secara khusus, penelitian ini diarahkan untuk memahami sejauh mana kemitraan dalam ekosistem ekonomi kreatif dapat mendorong motivasi mahasiswa dalam memulai dan mengembangkan usaha, serta bagaimana peran sistem maklun sebagai model produksi berpengaruh terhadap kesiapan dan keyakinan mahasiswa untuk terjun ke dunia wirausaha. Selain itu, penelitian ini juga dimaksudkan untuk menguji secara simultan keterkaitan antara kemitraan ekonomi kreatif dan sistem maklun dengan motivasi berwirausaha mahasiswa, sehingga diharapkan

dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat dan dorongan mahasiswa untuk berwirausaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang diterapkan adalah deskriptif kuantitatif, yakni suatu metode yang berfokus pada penyajian karakteristik fenomena secara sistematis dan faktual tanpa menelaah hubungan sebab-akibat antar variabel (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa/i Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Pasundan yang berjumlah 251 orang yang tersebar dalam delapan kelas. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat presisi 5%, diperoleh jumlah sampel sebanyak 154 mahasiswa. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik proportional sampling sehingga setiap kelas mendapatkan alokasi sampel sesuai dengan proporsi jumlah siswanya terhadap keseluruhan populasi. Dengan demikian, sampel penelitian terdiri dari 154 mahasiswa yang terbagi secara proporsional di tiap kelas, sehingga mampu merepresentasikan karakteristik populasi secara lebih akurat dan dapat digeneralisasi ke seluruh Mahasiswa/i Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Pasundan. Menggunakan Teknik Analisis Regresi Berganda yang merupakan perkembangan dari regresi sederhana yang mana merupakan suatu alat yang di gunakan dalam memahami hubungan antar satu variabel dengan variabel yang lainnya, Gozali (2018;23). Yang mana rumus yang di gunakan antara lain ; $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + e$. Berikut operasional variable penelitian, yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Operasional Variable Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan
Kemitraan Ekonomi Kreatif	Rasa aman psikologis dalam berbagi ide (Chen et al., 2021)	1. Saya merasa aman untuk menyampaikan ide atau gagasan usaha kepada mitra dalam ekonomi kreatif tanpa takut ide saya disalahgunakan.
		2. Dalam kemitraan dengan pelaku ekonomi kreatif, saya merasa didukung untuk berbagi gagasan inovatif meskipun ide tersebut masih sederhana.
	Komunikasi kolaboratif sebagai tim (Mateus et al., 2024)	3. Saya merasa komunikasi dengan mitra dalam tim ekonomi kreatif berjalan terbuka dan saling mendukung untuk mencapai tujuan bersama.
		4. Dalam kemitraan berwirausaha, setiap anggota tim aktif menyampaikan informasi dan ide sehingga proses kerja maklun menjadi lebih efektif.
	Reputasi berdasarkan rekomendasi klien (trust & kredibilitas) (Hilmiana et al., 2021)	5. Saya lebih percaya bermitra dengan pelaku ekonomi kreatif yang memiliki reputasi baik berdasarkan rekomendasi dari klien sebelumnya.
		6. Rekomendasi positif dari klien lain meningkatkan keyakinan saya terhadap kredibilitas mitra dalam menjalankan usaha bersama.
	Orientasi pada produk budaya lokal (Hilmiana et al., 2021)	7. Saya berminat mengembangkan usaha bersama mitra ekonomi kreatif yang memanfaatkan nilai dan ciri khas

		budaya lokal.
		8. Produk budaya lokal menjadi inspirasi utama saya dalam berkolaborasi untuk menciptakan usaha kreatif.
Orientasi hubungan jangka panjang dalam kemitraan (Krellner & Han, 2025)	9.	1Saya berkomitmen menjalin kemitraan usaha dengan pelaku ekonomi kreatif untuk jangka panjang, bukan hanya untuk keuntungan sesaat.
	10.	Dalam berwirausaha, saya memilih mitra yang memiliki visi keberlanjutan agar kerja sama dapat terus berkembang di masa depan.
	11.	Saya lebih percaya menggunakan jasa maklun yang menyajikan sistem open-book (laporan biaya jelas dan terperinci).
	12.	Keterbukaan informasi biaya produksi membuat saya lebih yakin untuk memulai usaha dengan sistem maklun.
Fleksibilitas pesanan/kuantitas (Wang et al., 2023)	13.	1Saya merasa terbantu jika penyedia jasa maklun menerima pesanan dalam jumlah kecil saat memulai usaha.
	14.	Saya lebih memilih jasa maklun yang memberikan fleksibilitas dalam menyesuaikan jumlah pesanan sesuai kebutuhan usaha.
Ketentuan kontrak & pembagian risiko (Zou et al., 2019)	15.	Adanya ketentuan kontrak yang transparan membuat saya lebih percaya untuk bermitra dengan penyedia jasa maklun.
	16.	Kepastian mengenai hak dan kewajiban dalam kontrak mendorong saya untuk berani memulai usaha melalui sistem maklun.
Motivasi Berwirausaha	17.	1Saya terdorong memulai usaha maklun karena tertantang untuk mengelola produksi walau tidak memiliki fasilitas sendiri.
	18.	Tantangan menjalin kerja sama dengan penyedia maklun mendorong saya untuk mengembangkan kreativitas dan strategi usaha.
Motivasi Kebutuhan (Caliendo et al., 2023a)	19.	Saya terdorong memulai usaha maklun karena keterbatasan pilihan pekerjaan lain tersedia.
	20.	Mendirikan usaha maklun merupakan pilihan yang saya ambil karena situasi ekonomi tidak memungkinkan mencari pekerjaan tetap.
	21.	Saya merasa mulai usaha maklun adalah cara terbaik untuk memenuhi kebutuhan finansial saat ini.

Keyakinan Diri Berwirausaha (Sarman et al., 2025a)	22. Saya percaya diri dalam mengambil keputusan kritis terkait produksi dan kualitas saat menjalankan usaha maklun
	23. Saya merasa mampu mengatasi tantangan produksi serta menjaga kelangsungan usaha melalui kemitraan maklun.
Motivasi Dorong Tarik (Kuvshnikov & Kuvshnikov, 2024a)	24. Saya terdorong memulai usaha maklun karena keinginan untuk mewujudkan ide kreatif dan meraih kemandirian.
	25. Saya terdorong memulai usaha maklun karena merasa pekerjaan atau peluang karir yang tersedia tidak lagi memuaskan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil perhitungan regresi linear berganda disajikan sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3,699	2,529		1,463
	Kemitraan Ekraf	,105	,031	,298	3,404
	Sistem Maklun	,238	,044	,469	5,356

a. Dependent Variable: Motivasi Berwirausaha Mahasiswa

Sumber: Hasil Pengolahan Data Pada IBM SPSS Statistic Versi 22.0

Berdasarkan tabel Coefficients di atas dengan melihat kolom B, maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

- 1) Konstanta (a) sebesar 3,699 menunjukkan bahwa jika variabel kemitraan ekraf dan sistem maklun bernilai 0, maka variabel motivasi berwirausaha mahasiswa menjadi 3,699. Angka konstanta 3,699 menunjukkan tingkat dasar motivasi berwirausaha mahasiswa meskipun tanpa pengaruh kemitraan ekonomi kreatif maupun sistem maklun. Artinya, mahasiswa telah memiliki motivasi intrinsik untuk berwirausaha pada level tertentu. Nilai ini menjadi titik awal (baseline) yang kemudian dapat ditingkatkan melalui dukungan faktor eksternal berupa kemitraan ekraf dan sistem maklun.
- 2) Koefisien regresi (b) bernilai positif sebesar 0,105 menunjukkan bahwa setiap variabel kemitraan ekraf mengalami kenaikan sebesar 1%, sementara variabel sistem maklun bernilai tetap, maka diprediksi akan meningkatkan motivasi berwirausaha mahasiswa sebesar 0,105. Hal ini berarti semakin tinggi pemberian kemitraan ekraf, maka motivasi berwirausaha mahasiswa juga cenderung semakin meningkat.
- 3) Koefisien regresi (b) bernilai positif 0,238 menunjukkan bahwa setiap variabel sistem maklun mengalami kenaikan sebesar 1%, sementara variabel reward bernilai tetap, maka diprediksi akan meningkatkan motivasi berwirausaha mahasiswa sebesar 0,238. Artinya, semakin tinggi penerapan sistem maklun yang tepat, maka motivasi berwirausaha mahasiswa pun semakin tinggi.

a) Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh melalui pengolahan data menggunakan program SPSS versi 22.0 untuk Windows, yang disajikan pada tabel berikut:

Koefisien Determinasi X_1 dan X_2 Terhadap Y

Tabel 3. Koefisien Determinasi X_1 dan X_2 Terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.802 ^a	.643	.639	3.872
Predictors (Constant) , kemitraan ekraf (X_1) system maklun (X_2)				

Sumber : Hasil Pengolahan Data Pada IBM SPSS Statistic Versi 22.0

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai R square sebesar 0,643 atau 64,3%, yang menandakan bahwa variabel kemitraan ekraf dan sitem maklun secara simultan memengaruhi motivasi berwirausaha mahasiswa sebesar 64,3%. Sedangkan sisanya sebesar 35,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b) Uji F

Adapun hasil perhitungan uji F diperoleh melalui program SPSS versi 22.0 untuk Windows, yang ditampilkan pada tabel berikut:

Uji F

Tabel 4. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4123.764	2	2061.882	89.217	.000 ^b
	Residual	3265.487	151	21.624		
	Total	7389.251	153			
a. Dependent Variable: Motivasi Berwirausaha Mahasiswa (Y)						
b. Predictors: (Constant), system maklun (X_2), kemitraan ekraf (X_1)						

Sumber : Hasil Pengolahan Data Pada IBM SPSS Statistic Versi 22.0

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel X_1 (kemitraan ekraf) dan X_2 (sistem maklun) terhadap variabel Y (Motivasi Berwirausaha Mahasiswa) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar $89,217 >$ nilai F tabel sebesar 3,05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel kemitraan ekraf dan sistem maklun terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa. Hasil SPSS menunjukkan model regresi linear berganda dengan konstanta 3,699; koefisien X_1 (Kemitraan Ekraf) = 0,105 ($t = 3,404$; $p = 0,001$) dan koefisien X_2 (Sistem Maklun) = 0,238 ($t = 5,356$; $p < 0,001$), sehingga keduanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa. Secara metodologis, interpretasi signifikansi koefisien dan nilai-t/ p-value dalam regresi linear adalah praktik baku untuk menilai pengaruh prediktor pada outcome, sebagaimana diulas dalam panduan interpretasi regresi mutakhir. (Roustaei, 2024a). Konstanta (a) = 3,699 mengindikasikan tingkat dasar motivasi saat X_1 dan $X_2 = 0$; secara teori, konstanta menaksir nilai rata-rata Y ketika seluruh prediktor nol/di-center, dan interpretasinya sah selama asumsi model terpenuhi (linearitas, normalitas residual, homoskedastisitas, tidak ada multikolinearitas) (Hickey et al., 2019) Koefisien $X_1 = 0,105$ yang signifikan secara statistik sejalan

dengan literatur kemitraan kreatif dan kolaborasi universitas–industri yang menegaskan bahwa jejaring/kemitraan meningkatkan akses pengetahuan, peluang, dan kapabilitas inovasi—faktor yang mendorong minat dan motivasi berwirausaha mahasiswa. (Abu Sa'a & Gunnarsson, 2025) Koefisien $X_2 = 0,238$ yang signifikan konsisten dengan riset supply chain/contract manufacturing terbaru: outsourcing/manufaktur kontrak menurunkan hambatan sumber daya (kapasitas, investasi tetap) dan meningkatkan fleksibilitas, sehingga memungkinkan pelaku baru (mahasiswa) fokus pada desain/pemasaran dan meningkatkan motivasi untuk mengeksekusi peluang. (Zhang et al., 2023) Secara teoritis, dorongan motivasional mahasiswa juga diperkuat oleh faktor psikologis seperti **entrepreneurial self-efficacy** (ESE) yang naik karena pengalaman kolaboratif/praktik nyata; ESE terbukti memediasi dampak pendidikan/kegiatan kewirausahaan terhadap kesiapan memulai usaha. Mekanisme ini menjelaskan mengapa kemitraan (X_1) dan sistem maklun (X_2) sama-sama berasosiasi positif dengan motivasi. (Taneja et al., 2024).

c) Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai $R^2 = 0,643$ (Adjusted $R^2 = 0,639$) berarti **64,3% variasi** motivasi berwirausaha dijelaskan secara bersama-sama oleh X_1 dan X_2 , yang merupakan ukuran kuatnya *goodness-of-fit* model linear; R^2 secara luas diinterpretasikan sebagai proporsi variasi Y yang diterangkan oleh prediktor. (Gao, 2024). Penggunaan **Adjusted R^2** untuk evaluasi model dengan jumlah prediktor berbeda merupakan praktik yang disarankan karena mengoreksi bias inflasi R^2 akibat penambahan variabel. (Frost, 2022) Perlu diingat, penilaian R^2 yang “baik” tetap kontekstual; validitas inferensi sangat bergantung pada pemenuhan asumsi regresi dan pemeriksaan diagnostik residu. (Roustaei, 2024b)

d) Uji F (Simultan)

Nilai $F = 89,217$ dengan $p < 0,001$ menunjukkan bahwa **X_1 dan X_2 secara simultan signifikan** menjelaskan Y ; secara teoritis, uji F menilai signifikansi kolektif sekumpulan koefisien dalam model linear dan lazim digunakan untuk menyimpulkan keberartian model secara keseluruhan. Temuan simultan ini konsisten dengan teori ekosistem kewirausahaan yang menekankan interaksi multi-aktor: kemitraan kreatif (jejaring, U–I collaboration) dan *contract manufacturing* (kapabilitas produksi eksternal) bersama-sama menambah sumber daya, mengurangi risiko, dan memicu intensi/motivasi kewirausahaan mahasiswa. (Abu Sa'a & Gunnarsson, 2025) Berdasarkan hasil analisis, variabel Kemitraan Ekonomi Kreatif (X_1) memperoleh skor rata-rata 3,88 dengan kategori baik, variabel Sistem Maklun (X_2) mencapai skor rata-rata 3,92 dengan kategori baik, dan variabel Minat Berwirausaha Mahasiswa (Y) mencatat skor rata-rata 4,02 yang juga berada pada kategori baik. Temuan ini mengindikasikan bahwa kombinasi antara kemitraan ekonomi kreatif dan sistem maklun berkontribusi positif terhadap peningkatan motivasi berwirausaha mahasiswa.

Kemitraan Ekonomi Kreatif (X_1)

Tabel 5. Rekapitulasi Rerata Variabel Kemitraan Ekonomi Kreatif (X_1)

No	Pernyataan	Total Skor	Rata Rata	Tafsiran
1	Pernyataan 1	638	4,14	Baik
2	Pernyataan 2	554	3,60	Baik
3	Pernyataan 3	592	3,84	Baik
4	Pernyataan 4	630	4,09	Baik
5	Pernyataan 5	549	3,56	Baik
6	Pernyataan 6	578	3,75	Baik
7	Pernyataan 7	570	3,70	Baik

8	Pernyataan 8	624	4,05	Baik
9	Pernyataan 9	623	4,05	Baik
10	Pernyataan 10	626	4,06	Baik
Total Rata-Rata		598,4	3,88	Baik

Mahasiswa secara konsisten memberikan penilaian positif terhadap variabel Kemitraan Ekonomi Kreatif, dengan rata-rata skor 3,88 (kategori “Baik”), menunjukkan persepsi bahwa kemitraan memainkan peran penting dalam mendorong ekosistem kewirausahaan kreatif. Menurut Bakhshi dan McVittie dalam *Innovation: Management, Policy & Practice*, industri kreatif melalui relasi bisnis-ke-bisnis berperan sebagai katalis utama inovasi, memberikan efek positif lintas sektor industri (*Innovation Journal*, 2009). (Bakhshi & McVittie, 2009)

Studi dalam *Sustainability* menyoroti bahwa kemitraan dalam rantai pasok—didorong oleh teori modal sosial dan ketergantungan sumber daya—mempererat komitmen antar pihak dan meningkatkan inovasi serta kinerja organisasi (*Sustainability*, 2019) (Shin et al., 2019) . Hal ini relevan dengan skor tinggi pada pernyataan 1 (4,14) dan lainnya (3,60–4,09), menunjukkan pemahaman mahasiswa bahwa kemitraan efektif untuk kolaborasi dan inovasi. Menurut publikasi dari *Sustainability* (2021) (Lazzaro, 2021) , hubungan sinergis antara perguruan tinggi, sektor kreatif, dan spillover budaya dapat meningkatkan kesejahteraan regional dan regenerasi kota—menegaskan pentingnya kolaborasi lintas institusi untuk inovasi dan perkembangan sosial kreatif (*Sustainability*, 2021). Pandangan ini tercermin dalam sudut pandang mahasiswa terhadap keuntungan kolaborasi universitas-industri.

Dalam artikel di SAGE Open, model mentoring oleh berbagai pemangku kepentingan di sektor ekonomi kreatif terbukti memperkuat kapabilitas UKM serta meningkatkan kesejahteraan pelaku kreatif—menyoroti kebutuhan struktur kemitraan inklusif dan berkelanjutan (Rosyadi et al., 2020) . Dukungan struktural seperti ini konsisten dengan skor tinggi yang diberikan mahasiswa terhadap kemitraan. Studi Moore (2021) di arXiv menemukan bahwa kolaborasi dalam coworking space secara signifikan meningkatkan kemampuan inovatif organisasi serta mendorong inovasi model bisnis—menunjukkan bahwa kemitraan aktif membantu mendorong adaptasi dan transformasi usaha, sesuai persepsi mahasiswa mengenai manfaat kemitraan kreatif (arXiv, 2021) (Kessler & Moore, 2017) .

Selanjutnya, riset dalam *Journal of the Knowledge Economy* (2023) menyatakan bahwa kerjasama antar organisasi berbasis circular economy (termasuk di sektor kreatif) memungkinkan pengembangan kompetensi baru melalui inovasi produk dan proses, berkat nilai jaringan (value network) berbasis kepercayaan jangka panjang—paralel sekali dengan pendekatan kemitraan strategis yang diharapkan mahasiswa (*Journal of the Knowledge Economy*, 2023) (Suchek & Franco, 2024) . Lebih lanjut, tinjauan MDPI – *Sustainability* (2023) menunjukkan bahwa kemitraan dalam ekonomi kreatif memfasilitasi pembangunan ekonomi kreatif berkelanjutan melalui perilaku inovasi dan pendidikan digital di komunitas—menyoroti kerangka kemitraan untuk akses teknologi, kreativitas, dan pertumbuhan komunitas kreatif (*Sustainability*, 2023) (Widodo et al., 2023) .

Pandangan komprehensif ini menegaskan bahwa kemitraan dalam ekonomi kreatif menjadi fondasi dalam mengembangkan inovasi, modal sosial, spillover pengetahuan, kapasitas UKM, dan transformasi model bisnis—semua aspek yang dirasakan oleh mahasiswa sebagai relevan, sebagaimana tercermin dari skor tinggi pada variabel X1. Penilaian baik terhadap sejumlah pernyataan mendukung kesimpulan bahwa mahasiswa menyadari pentingnya struktur kemitraan yang inklusif, edukatif, dan berorientasi pada sinergi berbagai pihak—sejalan dengan temuan jurnal internasional bereputasi di atas.

Sistem Maklun (X2)

Tabel 6. Rekapitulasi Rerata Variabel Sistem Maklun (X2)

No	Pertanyaan	Total Skor	Rata Rata	Tafsiran
Variabel X₂				
11	Pertanyaan 11	538	3,49	Cukup Baik
12	Pertanyaan 12	591	3,84	Baik
13	Pertanyaan 13	610	3,96	Baik
14	Pertanyaan 14	603	3,92	Baik
15	Pertanyaan 15	655	4,25	Baik
16	Pertanyaan 16	632	4,10	Baik
Total Rata-Rata		604,8	3,92	Baik

Sistem maklun—dikenal juga sebagai contract manufacturing—adalah strategi produksi di mana pemilik merek mempercayakan pembuatan produk kepada pihak ketiga sesuai spesifikasi. Konsep ini sejalan dengan definisi serangan rantai pasok vertikal dalam supply chain collaboration, di mana organisasi independen secara kolaboratif mengatur operasi pasok untuk mencapai manfaat bersama (Cao & Zhang, 2011). Dalam praktik pendidikan kewirausahaan, mahasiswa dapat terkonsentrasi pada desain, formula, dan pemasaran, sementara produksi diserahkan kepada pihak maklun yang memiliki fasilitasi dan legalitas memadai. Hal ini menciptakan peningkatan responsivitas, inovasi bersama, dan efisiensi operasional—sentra dari kolaborasi rantai pasok menurut kajian literatur ilmiah. Teori Supply Chain Collaboration menekankan bahwa kolaborasi—meliputi berbagi informasi, sinkronisasi keputusan, dan penyelarasan insentif—merupakan faktor utama peningkatan kinerja operasional organisasi (Study et al., 2009). Dalam konteks ini, maklun mewakili pihak kolaboratif dalam rantai pasok yang mengurangi beban produksi dan risiko, sekaligus mendukung fokus mahasiswa terhadap pemasaran dan inovasi.

Menurut penelitian empiris terkini, kolaborasi dalam rantai pasok juga terbukti menghasilkan inovasi radikal dan inkremental yang meningkatkan kinerja pasar (Baig et al., 2022). Sistem maklun memberikan konteks tersebut kepada mahasiswa: memungkinkan mereka melakukan inovasi tanpa perlu kendali penuh atas proses produksi. Selain itu, kerangka teori intellectual dan social capital menyatakan bahwa modal intelektual (seperti pengetahuan) dan modal sosial (seperti hubungan antar-organisasi) yang dikelola melalui kolaborasi dapat meningkatkan kinerja organisasi, efisiensi biaya, serta inovasi dan keberlanjutan operasional (Amelia et al., 2024a). Sistem maklun, dalam hal ini, menjadi saluran pembelajaran dan kolaborasi yang memperkuat modal tersebut melalui praktik kewirausahaan nyata. Sejumlah literatur mendalam menunjukkan bahwa kolaborasi rantai pasok secara sistematis dapat meningkatkan performa finansial, operasional, dan inovatif—termasuk penurunan biaya, peningkatan kualitas produk, dan percepatan waktu pengiriman (Jamaluddin & Saibani, 2021). Ini memperkuat argumen bahwa sistem maklun tidak hanya efisien, tetapi juga memperkuat kapabilitas operasional dan kualitas output. Data penelitian pada variabel sistem maklun (X2) memperlihatkan bahwa mahasiswa memberi penilaian secara umum dalam kategorisasi cukup baik hingga baik, dengan rata-rata skor 3,92. Hal ini menunjukkan bahwa implementasi maklun dalam mendukung motivasi berwirausaha sudah masuk kategori memuaskan.

Namun, adanya skor terendah (pertanyaan nomor 11, rata-rata 3,49) menunjukkan masih adanya keterbatasan pemahaman mahasiswa terhadap mekanisme maklun atau kurangnya keterlibatan langsung—sesuai dengan teori kolaborasi rantai pasok, yang menyatakan bahwa efektivitas kolaborasi hanya tercapai bila seluruh pihak memahami peran, tanggung jawab, serta manfaatnya (Study et al., 2009). Rata-rata skor tertinggi (pertanyaan nomor 15, 4,25) mengindikasikan bahwa mahasiswa merasakan manfaat nyata dari sistem maklun: efisiensi, fleksibilitas produksi, dan peluang pasar. Manfaat semacam itu konsisten dengan hasil riset literatur

kolaborasi rantai pasok yang menegaskan bahwa struktur kolaboratif memungkinkan inovasi dan efisiensi tanpa beban investasi besar (Jamaluddin & Saibani, 2021)

Keseluruhan, sistem maklun persepsikan sebagai komponen strategis dalam membangun motivasi kewirausahaan mahasiswa: ia memperkuat fleksibilitas, efisiensi, pembelajaran melalui praktik, dan peluang pasar. Namun, temuan skor rendah memberi sinyal bahwa aspek edukasi, sosialisasi, dan pendampingan perlu diperkuat agar integrasi dan kolaborasi yang ditawarkan maklun dapat berjalan lebih optimal—sejalan dengan konsep supply chain collaboration yang menekankan transparansi, kejelasan peran, dan hubungan kolaboratif yang kuat (Amelia et al., 2024)

Motivasi Berwirausaha (Y)

Tabel 7. Rekapitulasi Rerata Variabel Motivasi Berwirausaha Mahasiswa (Y)

No	Pertanyaan	Total Skor	Rata Rata	Tafsiran
Variabel Y				
17	Pertanyaan 17	630	4,09	Baik
18	Pertanyaan 18	562	3,65	Baik
19	Pertanyaan 19	591	3,84	Baik
20	Pertanyaan 20	633	4,11	Baik
21	Pertanyaan 21	541	3,51	Baik
22	Pertanyaan 22	578	3,75	Baik
23	Pertanyaan 23	619	4,02	Baik
24	Pertanyaan 24	567	3,68	Baik
25	Pertanyaan 25	637	4,14	Baik
Total Rata-Rata		595,3	3,86	Baik

Berdasarkan hasil analisis data, variabel Motivasi Berwirausaha menunjukkan rata-rata skor sebesar 3,86, yang termasuk dalam kategori “Baik”. Ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki motivasi yang cukup tinggi untuk memulai dan menjalankan usaha maklun dalam sektor ekonomi kreatif. Motivasi tersebut muncul dari kombinasi antara faktor internal (seperti tantangan pribadi, keinginan berkreasi, dan keyakinan diri) serta faktor eksternal (seperti tekanan ekonomi dan keterbatasan lapangan kerja). Menurut teorinya, motivasi ini dapat dibagi menjadi dua jenis utama, yaitu motivasi dorong (*push motivation*) dan motivasi tarik (*pull motivation*). *Push motivation* berkaitan dengan faktor-faktor seperti kebutuhan ekonomi, ketidakpuasan terhadap pekerjaan sebelumnya, dan tekanan sosial; sementara *pull motivation* meliputi keinginan untuk mewujudkan ide, mengejar kebebasan finansial, serta mengembangkan potensi diri (Yıldırım & Semerci, 2023). Sumber: (Kuvshnikov & Kuvshnikov, 2024b). Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa tantangan dan hambatan dapat menjadi pemicu lahirnya ide usaha dan motivasi intrinsik (Putri et al., 2023). Responden juga menyatakan bahwa kerja sama dengan mitra maklun mendorong kreativitas dan pengembangan strategi usaha.

Sumber: (Ridwan et al., 2025b). Dari sisi motivasi kebutuhan, sebagian besar responden menyampaikan bahwa usaha maklun merupakan pilihan rasional di tengah keterbatasan pekerjaan tetap atau ketidakstabilan ekonomi. Ini mencerminkan karakteristik wirausaha yang berangkat dari kebutuhan, sebagaimana dijelaskan oleh Bhansing et al. (2022), yang menekankan bahwa banyak pelaku usaha di sektor informal memulai bisnis karena keterpaksaan atau kebutuhan finansial, bukan semata karena dorongan peluang (Caliendo et al., 2023b).

Selanjutnya, dari sisi keyakinan diri berwirausaha, mayoritas responden menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang tinggi dalam mengambil keputusan serta menghadapi tantangan produksi. Ini mendukung temuan bahwa persepsi terhadap kemampuan diri sendiri (*self-efficacy*)

merupakan faktor utama dalam menentukan keberhasilan seorang wirausahawan (Thomas et al., 2023). (Sarman et al., 2025b). Responden juga menyatakan bahwa mereka memulai usaha maklun untuk mewujudkan ide kreatif dan mencapai kemandirian, yang mencerminkan adanya **motivasi tarik (pull)**. Ini sesuai dengan temuan oleh Yildirim & Semerci (2023), yang menyebutkan bahwa individu yang memiliki orientasi pada pencapaian personal dan inovasi cenderung memilih jalur kewirausahaan secara sukarela. Sementara itu, faktor dorong seperti ketidakpuasan terhadap peluang kerja juga menjadi pendorong kuat bagi sebagian responden untuk beralih ke jalur usaha sendiri. Dengan demikian. Para pelaku usaha maklun tidak hanya terdorong oleh situasi ekonomi atau keterbatasan eksternal, tetapi juga memiliki keyakinan diri dan keinginan untuk berkarya. Hal ini menjadi modal penting dalam membangun ketahanan usaha di sektor ekonomi kreatif yang dinamis dan kompetitif.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kemitraan Ekonomi Kreatif Terhadap Motivasi Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemitraan ekonomi kreatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa, dengan koefisien regresi sebesar 0,105 ($t = 3,404$; sig. 0,001). Nilai ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan kualitas kemitraan akan diikuti oleh peningkatan motivasi mahasiswa untuk memulai usaha. Hal tersebut didukung oleh rata-rata skor responden sebesar 3,88 (kategori baik), yang mencerminkan persepsi positif mahasiswa terhadap peran kemitraan dalam membangun ekosistem kewirausahaan. Melalui kemitraan, mahasiswa mendapatkan pengalaman praktis, akses jaringan bisnis, serta rasa aman psikologis dalam menyampaikan ide kreatif. Kolaborasi ini juga memperkuat reputasi, kredibilitas, serta orientasi jangka panjang usaha yang pada akhirnya meningkatkan rasa percaya diri mahasiswa. Temuan ini konsisten dengan teori modal sosial dan hasil penelitian sebelumnya yang menekankan bahwa kolaborasi lintas pihak dalam sektor kreatif memperkuat inovasi, meningkatkan kapasitas wirausaha muda, serta menumbuhkan motivasi intrinsik untuk berwirausaha.

Pengaruh Sistem Maklun Terhadap Motivasi Berwirausaha

Analisis data menunjukkan bahwa sistem maklun memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa, dengan koefisien regresi 0,238 ($t = 5,356$; sig. 0,000). Kontribusi ini lebih besar dibandingkan kemitraan ekonomi kreatif, sehingga sistem maklun dapat dikatakan sebagai faktor dominan dalam memotivasi mahasiswa. Rata-rata skor responden sebesar 3,92 (kategori baik) menunjukkan bahwa mahasiswa merasakan manfaat nyata dari mekanisme produksi berbasis maklun, terutama dalam hal efisiensi biaya, fleksibilitas jumlah pesanan, serta adanya pembagian risiko. Dengan sistem ini, mahasiswa dapat memulai usaha tanpa harus memiliki fasilitas produksi sendiri, sehingga mereka dapat fokus pada desain, pemasaran, dan pengembangan produk. Hal ini tidak hanya mengurangi hambatan finansial, tetapi juga meningkatkan keberanian untuk mencoba ide-ide baru. Meskipun demikian, terdapat catatan bahwa sebagian mahasiswa masih memiliki keterbatasan pemahaman terkait kontrak dan transparansi biaya, sehingga aspek edukasi dan pendampingan dalam implementasi maklun perlu diperkuat. Secara teoretis, temuan ini selaras dengan konsep supply chain collaboration yang menekankan pentingnya berbagi sumber daya, keterbukaan informasi, dan kolaborasi strategis untuk mendorong kinerja kewirausahaan yang lebih baik.

Pengaruh Kemitraan Ekonomi Kreatif dan Sistem Maklun Terhadap Motivasi Berwirausaha

Secara simultan, kemitraan ekonomi kreatif dan sistem maklun terbukti berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar

0,643, yang berarti 64,3% variasi motivasi berwirausaha dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan 35,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Hasil uji F juga memperkuat temuan ini dengan nilai $F_{hitung} 89,217 > F_{tabel} 3,05$ dan signifikansi 0,000, sehingga model regresi dapat dinyatakan layak. Temuan ini memperlihatkan bahwa kombinasi kemitraan dan sistem maklun membentuk ekosistem kewirausahaan yang saling melengkapi: kemitraan menyediakan aspek ekosistem berupa mentoring, networking, dan reputasi yang memperkuat kepercayaan diri mahasiswa, sementara sistem maklun memberikan aspek teknis berupa efisiensi, fleksibilitas, serta pengurangan risiko yang memudahkan mahasiswa untuk berani memulai usaha. Keduanya secara bersamaan memperkuat motivasi mahasiswa untuk menghadapi tantangan, memenuhi kebutuhan aktualisasi diri, dan mewujudkan ide kreatif menjadi usaha nyata. Hal ini sesuai dengan konsep ekosistem kewirausahaan yang menekankan pentingnya interaksi multiaktor dan dukungan struktural dalam menciptakan wirausaha baru yang inovatif, adaptif, dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kemitraan ekonomi kreatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa, ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,105 dengan nilai signifikansi 0,001. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin intensif keterlibatan mahasiswa dalam jejaring kemitraan yang kredibel, inovatif, dan kolaboratif, semakin tinggi motivasi mereka untuk memulai dan mengembangkan usaha. Kemitraan menyediakan dukungan berupa rasa aman psikologis, komunikasi terbuka, reputasi mitra, serta orientasi jangka panjang yang mendorong mahasiswa percaya diri dalam mengaktualisasikan ide kreatifnya. Selain itu, sistem maklun juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha dengan koefisien regresi sebesar 0,238 (sig. 0,000). Kontribusinya lebih besar dibandingkan kemitraan ekonomi kreatif karena mekanisme maklun memberikan efisiensi biaya, fleksibilitas jumlah produksi, serta pembagian risiko yang meringankan mahasiswa untuk mengambil keputusan berani memulai usaha tanpa terbebani investasi modal besar. Temuan ini memperlihatkan bahwa sistem maklun tidak hanya mempermudah mahasiswa dalam aspek teknis, tetapi juga meningkatkan keyakinan diri mereka untuk berwirausaha.

Secara simultan, kemitraan ekonomi kreatif dan sistem maklun berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa dengan nilai R^2 sebesar 0,643. Artinya, 64,3% variasi motivasi berwirausaha dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya sebesar 35,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hal ini membuktikan bahwa kombinasi keduanya membentuk ekosistem kewirausahaan yang saling melengkapi, dengan kemitraan menyediakan aspek ekosistem berupa networking, mentoring, dan reputasi, sedangkan sistem maklun mendukung aspek teknis berupa efisiensi, fleksibilitas, dan pengurangan risiko. Dengan demikian, penelitian ini berhasil menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yakni membuktikan pengaruh positif kemitraan ekonomi kreatif dan sistem maklun terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa.

Namun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan. Pertama, lingkup penelitian hanya dilakukan pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas Pasundan sehingga hasilnya belum tentu mewakili mahasiswa di program studi lain atau perguruan tinggi berbeda. Kedua, pendekatan kuantitatif yang digunakan hanya menekankan pada data persepsi melalui kuesioner, sehingga tidak menggali secara mendalam pengalaman maupun hambatan praktis mahasiswa dalam berwirausaha. Ketiga, variabel penelitian terbatas pada kemitraan ekonomi kreatif dan sistem maklun, padahal motivasi berwirausaha juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti dukungan keluarga, akses pembiayaan, kebijakan kampus, maupun peran digitalisasi.

Berdasarkan temuan dan keterbatasan tersebut, beberapa saran dapat diajukan. Bagi institusi pendidikan, penting untuk memperkuat kurikulum kewirausahaan yang berbasis

kolaborasi nyata dengan pelaku industri kreatif serta memberikan fasilitasi akses pada platform maklun agar mahasiswa memperoleh pengalaman praktis yang relevan. Bagi pemerintah dan pemangku kepentingan, diperlukan dukungan kebijakan berupa program inkubator bisnis, penyediaan mentor, serta akses pembiayaan ramah mahasiswa untuk memperkuat ekosistem kewirausahaan. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini dapat dijadikan motivasi untuk lebih aktif membangun jejaring, berani memanfaatkan peluang kemitraan, serta menggunakan sistem maklun secara optimal dengan memperhatikan aspek kontrak dan transparansi biaya. Sedangkan bagi peneliti selanjutnya, disarankan memperluas objek penelitian ke berbagai perguruan tinggi dan program studi, serta mengombinasikan pendekatan kuantitatif dengan kualitatif guna mengeksplorasi faktor lain yang memengaruhi motivasi berwirausaha, seperti *entrepreneurial self-efficacy*, dukungan keluarga, dan integrasi teknologi digital. Dengan demikian, hasil penelitian di masa mendatang diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor penentu motivasi kewirausahaan mahasiswa di era ekonomi kreatif.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pihak perguruan tinggi disarankan untuk memperkuat kurikulum kewirausahaan berbasis praktik yang secara langsung melibatkan mahasiswa dalam ekosistem ekonomi kreatif serta memfasilitasi akses ke sistem maklun. Melalui kolaborasi nyata dengan pelaku industri kreatif dan penyedia jasa maklun, mahasiswa dapat memperoleh pengalaman langsung yang akan meningkatkan rasa percaya diri, kemampuan manajerial, dan keberanian untuk memulai usaha. Upaya ini perlu disertai pendampingan berkelanjutan agar mahasiswa mampu memahami mekanisme kontrak, transparansi biaya, serta pengelolaan risiko dalam kemitraan bisnis.

Bagi pemerintah dan pemangku kepentingan, diperlukan dukungan kebijakan berupa program inkubasi, akses pembiayaan yang ramah mahasiswa, serta penyediaan mentor dari industri untuk memperkuat ekosistem kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif. Program tersebut diharapkan dapat mengurangi hambatan yang sering dihadapi mahasiswa, seperti keterbatasan modal, jaringan usaha, maupun legitimasi bisnis. Dengan adanya dukungan struktural ini, kemitraan kreatif dan sistem maklun dapat lebih optimal berkontribusi dalam mencetak wirausahawan muda yang inovatif dan adaptif.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek kajian pada mahasiswa lintas program studi atau perguruan tinggi yang berbeda, serta mengombinasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif guna mengeksplorasi faktor lain yang memengaruhi motivasi berwirausaha. Faktor-faktor seperti dukungan keluarga, peran teknologi digital, dan tingkat *entrepreneurial self-efficacy* dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika motivasi kewirausahaan mahasiswa di era ekonomi kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Sa'a, E., & Gunnarsson, A. (2025). Gaining from university-industry collaboration: Considerations for less experienced firms. *Journal of Technology Transfer*. <https://doi.org/10.1007/s10961-025-10244-4>
- Amelia, P., Wirjodirdjo, B., & Dewi, R. S. (2024a). The dynamics of supply chain collaboration: intellectual and social capital perspectives with the moderating role of information sharing. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2418423>
- Amelia, P., Wirjodirdjo, B., & Dewi, R. S. (2024b). The dynamics of supply chain collaboration: intellectual and social capital perspectives with the moderating role of information sharing. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2418423>
- Baig, H., Ahmed, W., & Najmi, A. (2022). Understanding influence of supply chain collaboration on innovation-based market performance. *International Journal of Innovation Science*, 14(2),

- 376–395. <https://doi.org/10.1108/IJIS-03-2021-0054>
- Bakhshi, H., & McVittie, E. (2009). Creative supply-chain linkages and innovation: Do the creative industries stimulate business innovation in the wider economy? *Innovation*, 11(2), 169–189. <https://doi.org/10.5172/impp.11.2.169>
- Caliendo, M., Kritikos, A. S., & Stier, C. (2023a). The influence of start-up motivation on entrepreneurial performance. *Small Business Economics*, 61(3), 869–889. <https://doi.org/10.1007/s11187-022-00722-6>
- Caliendo, M., Kritikos, A. S., & Stier, C. (2023b). The influence of start-up motivation on entrepreneurial performance. *Small Business Economics*, 61(3), 869–889. <https://doi.org/10.1007/s11187-022-00722-6>
- Cao, M., & Zhang, Q. (2011). Supply chain collaboration: Impact on collaborative advantage and firm performance. *Journal of Operations Management*, 29(3), 163–180. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2010.12.008>
- Chen, Y., Yu, C., Yuan, Y., Lu, F., & Shen, W. (2021). The Influence of Trust on Creativity: A Review. In *Frontiers in Psychology* (Vol. 12). Frontiers Media S.A. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.706234>
- Frost, J. (2022). How to Interpret Adjusted R-Squared and Predicted R-Squared in Regression Analysis. *Statistics By Jim*.
- Gao, J. (2024). R-Squared (R²) – How much variation is explained? *Research Methods in Medicine & Health Sciences*, 5(4), 104–109. <https://doi.org/10.1177/26320843231186398>
- Hickey, G. L., Kontopantelis, E., Takkenberg, J. J. M., & Beyersdorf, F. (2019). Statistical primer: checking model assumptions with regression diagnostics†. *Interactive CardioVascular and Thoracic Surgery*, 28(1), 1–8. <https://doi.org/10.1093/icvts/ivy207>
- Hilmiana, Soemaryani, I., & Recki Prasetyo, A. (2021). Strategic Partnership Model in Developing the Local Art and Culture-Based Creative Economy. *Academy of Strategic Management Journal*, 20(1).
- Jamaluddin, F., & Saibani, N. (2021). Systematic Literature Review of Supply Chain Relationship Approaches amongst Business-to-Business Partners. *Sustainability*, 13(21), 11935. <https://doi.org/10.3390/su132111935>
- Kessler, T., & Moore, S. (2017). *Collaboration in Coworking Spaces: Impact on Firm Innovativeness and Business Models* JP International Management of Technology and Innovation.
- Krellner, M., & Han, T. A. (2025). *Words are not Wind -- How Public Joint Commitment and Reputation Solve the Prisoner's Dilemma*. <http://arxiv.org/abs/2307.06898>
- Kuvshnikov, P. J., & Kuvshnikov, J. T. (2024a). Forecasting entrepreneurial motivations and actions: development and validation of the entrepreneurial trigger scale. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 31(8), 1–21. <https://doi.org/10.1108/JSBED-06-2022-0274>
- Kuvshnikov, P. J., & Kuvshnikov, J. T. (2024b). Forecasting entrepreneurial motivations and actions: development and validation of the entrepreneurial trigger scale. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 31(8), 1–21. <https://doi.org/10.1108/JSBED-06-2022-0274>
- Lazzaro, E. (2021). Linking the Creative Economy with Universities' Entrepreneurship: A Spillover Approach. *Sustainability*, 13(3), 1078. <https://doi.org/10.3390/su13031078>
- Mateus, M. A., Rincón, A. G., & Hinestroza, M. P. G. (2024). Predictive Variables of Organisational Performance in Creative Industry Companies from the Perspective of Managers: Experiences in SMEs. *The Journal of Entrepreneurship*, 33(3), 485–516. <https://doi.org/10.1177/09713557241281799>
- Ridwan, M., Fiodian, V. Y., Religia, Y., & Hardiana, S. R. (2025a). Investigating the effect of intrinsic and extrinsic motivation in shaping digital entrepreneurial intention: the mediating

- role of self-efficacy. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 19(3), 190–207. <https://doi.org/10.1108/APJIE-02-2024-0036>
- Ridwan, M., Fiodian, V. Y., Religia, Y., & Hardiana, S. R. (2025b). Investigating the effect of intrinsic and extrinsic motivation in shaping digital entrepreneurial intention: the mediating role of self-efficacy. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 19(3), 190–207. <https://doi.org/10.1108/APJIE-02-2024-0036>
- Rosyadi, S., Kusuma, A. S., Fitrah, E., Haryanto, A., & Adawiyah, W. (2020). The Multi-Stakeholder's Role in an Integrated Mentoring Model for SMEs in the Creative Economy Sector. *Sage Open*, 10(4). <https://doi.org/10.1177/2158244020963604>
- Roustaei, N. (2024a). Application and interpretation of linear-regression analysis. *Medical Hypothesis Discovery and Innovation in Ophthalmology*, 13(3), 151–159. <https://doi.org/10.51329/mehdiophthal1506>
- Roustaei, N. (2024b). Application and interpretation of linear-regression analysis. *Medical Hypothesis Discovery and Innovation in Ophthalmology*, 13(3), 151–159. <https://doi.org/10.51329/mehdiophthal1506>
- Sarman, R., Affandi, A., Priadana, S., Djulius, H., Alghifari, E. S., & Setia, B. I. (2025a). Business Success in Emerging Markets: Entrepreneurial Motivation and Entrepreneurial Self-Efficacy. *Journal of Small Business Strategy*, 35(1). <https://doi.org/10.53703/001c.124013>
- Sarman, R., Affandi, A., Priadana, S., Djulius, H., Alghifari, E. S., & Setia, B. I. (2025b). Business Success in Emerging Markets: Entrepreneurial Motivation and Entrepreneurial Self-Efficacy. *Journal of Small Business Strategy*, 35(1). <https://doi.org/10.53703/001c.124013>
- Shin, N., Park, S. H., & Park, S. (2019). Partnership-Based Supply Chain Collaboration: Impact on Commitment, Innovation, and Firm Performance. *Sustainability*, 11(2), 449. <https://doi.org/10.3390/su11020449>
- Study, A. E., Sridharan, R., & Simatupang, T. M. (2009). MANAGERIAL VIEWS OF SUPPLY CHAIN COLLABORATION. In *Gadjah Mada International Journal of Business* (Vol. 11, Issue 2).
- Suchek, N., & Franco, M. (2024). Inter-organisational Cooperation Oriented Towards Sustainability Involving SMEs: a Systematic Literature Review. *Journal of the Knowledge Economy*, 15(1), 1952–1972. <https://doi.org/10.1007/s13132-023-01196-x>
- Taneja, M., Kiran, R., & Bose, S. C. (2024). Relating entrepreneurial self-efficacy with entrepreneurial success: perception-based analysis of students of higher educational institutions. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 37(1). <https://doi.org/10.1080/1331677X.2024.2317145>
- Wang, C., Yang, C., & Zhang, T. (2023). Order planning with an outsourcing strategy for a make-to-order/make-to-stock production system using particle swarm optimization with a self-adaptive genetic operator. *Computers & Industrial Engineering*, 182, 109420. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2023.109420>
- Widodo, W., Triyono, M. B., Sudira, P., & Mutohhari, F. (2023). Building Sustainable Creative Economy in Society through the Mediation Role of Innovation Behavior. *Sustainability*, 15(14), 10860. <https://doi.org/10.3390/su151410860>
- Zhang, L.-H., Li, W.-J., Zhang, C., & Wang, S. (2023). Outsourcing strategy of an original equipment manufacturer in a sustainable supply chain: Whether and how should a contract manufacturer encroach? *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 174, 103132. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2023.103132>
- Zou, W., Brax, S. A., Vuori, M., & Rajala, R. (2019). The influences of contract structure, contracting process, and service complexity on supplier performance. *International Journal of Operations & Production Management*, 39(4), 525–549. <https://doi.org/10.1108/IJOPM-12-2016-0756>