

**PERAN KREATIVITAS DALAM MENGEMBANGKAN IDE BISNIS
MAHASISWA DI ERA AI**

Rebecca Putri Sihalo

Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Medan
rebeccaputri.7233210017@mhs.unimed.ac.id

Karolin Gabrela Sitanggang

Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Medan
karolinn.7233510032@mhs.unimed.ac.id

Nicko Fernando Rajagukguk

Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Medan
nicko06.7233210049@mhs.unimed.ac.id

Rojelita Catrina Simarmata

Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Medan
rojelita.7233510039@mhs.unimed.ac.id

Dian Maulina Pratiwi

Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Medan
dianmaulina.7231210008@mhs.unimed.ac.id

Saidun Hutasuht

Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Medan
saidun@unimed.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi peran kreativitas dalam mengembangkan ide bisnis mahasiswa di era Artificial Intelligence (AI), di mana pemanfaatan teknologi seperti ChatGPT dan platform AI lainnya meningkatkan efisiensi namun menimbulkan kekhawatiran terhadap penurunan kreativitas orisinal. Latar belakang menunjukkan bahwa kreativitas sebagai fondasi inovasi bisnis perlu diperkuat oleh AI untuk menghasilkan ide yang adaptif dan relevan. Tujuan penelitian adalah menguji hubungan positif antara kreativitas dan kemampuan menghasilkan ide bisnis mahasiswa. Metode menggunakan pendekatan kuantitatif dengan model survei korelasional, populasi mahasiswa peserta mata kuliah kewirausahaan, sampel 100 responden melalui purposive sampling, instrumen kuesioner Likert dengan 27 item per variabel, dan analisis korelasi Pearson. Hasil menunjukkan instrumen valid ($r \text{ hitung} > 0,1654$) dan reliabel (Cronbach's Alpha $> 0,6$), data

residual normal (Asymp. Sig. = 0,200 > 0,05), serta korelasi kuat ($r = 0,950$, $p = 0,000$). Kesimpulan menegaskan bahwa kreativitas berperan penting dalam ide bisnis mahasiswa, diperkuat oleh AI, sesuai teori Amabile, dengan implikasi untuk pendidikan dan inovasi bisnis.

Kata Kunci: *Kreativitas, Ide Bisnis, Artificial Intelligence, Mahasiswa, Inovasi*

A. PENDAHULUAN

Fenomena meningkatnya pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) di kalangan mahasiswa menjadi realitas yang tak terelakkan dalam pendidikan modern. Misalnya, mahasiswa kini menggunakan berbagai platform berbasis AI seperti ChatGPT, Jasper.ai, dan Copy.ai dalam menyusun tugas akademik maupun proposal bisnis mereka (Ramadiani, Agusmelda, and Betania 2023). AI berperan tidak hanya sebagai alat bantu teknis, tetapi juga sebagai katalis dalam memunculkan ide-ide baru, mempercepat proses analisis, dan meningkatkan efisiensi pembelajaran (Fauzi et al. 2024). Namun, di sisi lain muncul kekhawatiran bahwa ketergantungan pada AI dapat menurunkan kemampuan berpikir orisinal dan menekan ruang eksplorasi kreatif mahasiswa (Ramadiani, Agusmelda, and Betania 2023). Fenomena ini menimbulkan pertanyaan: sejauh mana AI mendukung, sekaligus mungkin membatasi, kreativitas mahasiswa dalam mengembangkan ide bisnis yang inovatif?

Kreativitas mahasiswa merupakan salah satu kompetensi utama yang perlu diasah sebagai dasar pengembangan kewirausahaan (Olivia and Nuringsih 2022). Kreativitas menjadi fondasi penting bagi munculnya inovasi, yaitu kemampuan menghasilkan ide-ide baru yang bernilai dan dapat diterapkan dalam pemecahan masalah atau penciptaan peluang bisnis. Mahasiswa yang memiliki tingkat kreativitas tinggi akan lebih mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan dan tantangan pasar yang dinamis. Pada era digital saat ini, ide bisnis tidak lagi hanya muncul dari intuisi, melainkan juga dari kemampuan mengolah data dan memanfaatkan teknologi secara kreatif untuk menciptakan nilai tambah. Oleh karena itu, kreativitas mahasiswa menjadi modal penting dalam menciptakan ide bisnis yang unik, adaptif, dan relevan dengan kebutuhan pasar global (Olivia and Nuringsih 2022).

Penerapan AI dalam kegiatan akademik dan kewirausahaan semakin memperluas ruang inovasi. Pelatihan berbasis AI yang dilakukan di berbagai universitas, seperti pada mahasiswa Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo, menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan mahasiswa merancang proposal bisnis yang lebih sistematis, analitis, dan kreatif (Fauzi et al. 2024). Mahasiswa mampu mengintegrasikan data, memprediksi tren, dan menyusun strategi bisnis yang lebih matang melalui bantuan AI. Namun, hal ini juga menuntut kemampuan berpikir kritis agar mahasiswa tidak hanya menjadi pengguna teknologi, melainkan juga inovator yang mampu mengarahkan teknologi untuk menghasilkan solusi baru.

AI telah terbukti mempercepat proses brainstorming dan mempermudah pengambilan keputusan berbasis data di kalangan wirausahawan pemula (Mulawarman, Alfiansyah, and Switrayana 2025). Dengan dukungan AI, mereka

dapat mengidentifikasi peluang pasar, mengoptimalkan strategi pemasaran, dan mengembangkan produk dengan lebih kreatif. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan literasi digital dan keterampilan berpikir kreatif harus berjalan beriringan agar teknologi dapat dimanfaatkan secara optimal. Tanpa kreativitas, AI hanya akan menjadi alat mekanis yang tidak menghasilkan nilai inovatif.

Keterkaitan antara kreativitas, pengetahuan kewirausahaan, dan teknologi AI menjadi semakin relevan di era digital. Sebagaimana dijelaskan oleh (Olivia and Nuringsih 2022), pengetahuan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial berperan signifikan dalam mendorong kreativitas mahasiswa berwirausaha. Media digital membuka ruang kolaborasi dan eksplorasi ide yang lebih luas, sementara AI menghadirkan efisiensi dalam proses penciptaan dan pengujian ide tersebut. Kombinasi antara pemahaman kewirausahaan, kreativitas, dan pemanfaatan teknologi cerdas menjadi kunci keberhasilan mahasiswa dalam menghasilkan ide bisnis yang berdaya saing tinggi.

Meskipun demikian, masih terdapat celah dalam memahami hubungan langsung antara kreativitas mahasiswa dan pemanfaatan AI dalam pengembangan ide bisnis. Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada peran AI dalam peningkatan produktivitas atau efisiensi pembelajaran (Ramadiani, 2023; Fauzi, 2024), atau pada faktor-faktor yang memengaruhi kreativitas mahasiswa dalam konteks umum kewirausahaan. Penelitian yang secara khusus menelaah bagaimana AI memfasilitasi proses kreatif mahasiswa dalam menemukan, mengembangkan, dan memvalidasi ide bisnis inovatif masih sangat terbatas (Mulawarman, Alfiansyah, and Switrayana 2025). Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan menelaah lebih dalam bagaimana kreativitas berperan dalam proses pengembangan ide bisnis mahasiswa di era AI, serta bagaimana interaksi antara faktor manusia dan teknologi dapat menciptakan sinergi inovatif yang berkelanjutan.

B. KAJIAN LITERATUR

Kreativitas

Teresa Amabile dalam penelitian (Haribowo et al. 2025) menyatakan bahwa kreativitas muncul dari kombinasi tiga komponen utama: kemampuan teknis atau keahlian, keterbukaan terhadap pengalaman baru, dan motivasi intrinsik. Selain itu, teori Transformasi Kreatif oleh Margaret Boden dalam penelitian (Andriani 2024) memandang kreativitas sebagai proses yang melibatkan perubahan dalam kualitas dan cara pandang, memungkinkan penciptaan gagasan yang benar-benar baru dan berbeda. Kemudian, menurut Parinduri et al. (2022) kreativitas ialah kemampuan individu untuk menciptakan komposisi, produk, atau ide yang bersifat baru dan orisinal, yang dapat muncul melalui kegiatan imajinatif atau proses berpikir sintesis. Yohana (2021) menegaskan bahwa kreativitas merupakan kemampuan individu untuk menciptakan sesuatu yang baru melalui penggabungan hal-hal yang sudah ada sebelumnya sehingga menghasilkan ide-ide yang berbeda dan bermanfaat. Kreativitas dapat diidentifikasi melalui ciri-ciri seperti rasa ingin tahu yang tinggi, kemampuan memberikan ide-ide baru, serta keberanian menyampaikan pendapat secara spontan.

Kreativitas tidak muncul begitu saja, melainkan dipengaruhi oleh berbagai

faktor internal dan eksternal yang berperan dalam mengembangkan potensi individu untuk berpikir kreatif. Menurut Yohana (2021), kreativitas seseorang dipengaruhi oleh faktor internal seperti motivasi, minat, rasa ingin tahu, dan kemandirian berpikir. Individu yang memiliki dorongan kuat untuk belajar dan mengeksplorasi hal-hal baru cenderung menunjukkan kemampuan berpikir kreatif yang lebih tinggi. Kreativitas juga berkembang ketika seseorang memiliki keinginan untuk menghasilkan sesuatu yang orisinal dan bermanfaat bagi lingkungannya.

Selain faktor internal, lingkungan eksternal juga memiliki peran penting. Lingkungan belajar yang terbuka, mendukung, dan memberi kebebasan berekspresi akan membantu individu menyalurkan potensi kreatifnya. Handayani Parinduri et al. (2022) menyebutkan bahwa penggunaan media pembelajaran yang interaktif, seperti *mind mapping* berbasis teknologi, mampu menstimulasi kreativitas mahasiswa karena memungkinkan mereka untuk berpikir bebas, menggabungkan ide, dan membentuk pola baru dari pengalaman yang sudah ada. Dengan demikian, fasilitas belajar dan teknologi dapat menjadi katalis dalam proses pengembangan kreativitas, terutama di lingkungan akademik.

Kemampuan menghasilkan ide bisnis

Kemampuan untuk menciptakan ide bisnis merupakan aspek mendasar dalam kewirausahaan yang berperan penting dalam menentukan keberhasilan seorang wirausahawan dalam menemukan serta mengembangkan peluang usaha baru. Rismayani et al. (2023) menjelaskan bahwa kreativitas menjadi fondasi utama dalam pembentukan kemampuan tersebut, karena melalui kreativitas seseorang mampu melihat peluang di balik tantangan, menjadikan hambatan sebagai sumber inspirasi, dan menghasilkan gagasan inovatif yang sesuai dengan perkembangan pasar. Kreativitas juga menuntut keberanian untuk berpikir di luar kebiasaan, memiliki kepekaan terhadap situasi sekitar, serta kemampuan mengambil risiko secara bijak guna menciptakan nilai tambah yang dapat membedakan bisnis dari para pesaing.

Lebih lanjut, kemampuan menghasilkan ide bisnis juga dipengaruhi oleh keterampilan hidup yang dimiliki oleh individu. Yurniman Ndruru Susiana Lase et al. (2024) menyatakan bahwa kemampuan berpikir kritis, berkomunikasi secara efektif, mengatur waktu, serta beradaptasi dengan perubahan merupakan faktor penting yang menunjang proses pembentukan ide bisnis. Berpikir kritis membantu wirausahawan dalam mengevaluasi ide secara logis dan objektif, sementara komunikasi yang efektif mempermudah penyampaian gagasan kepada pihak lain seperti investor, rekan bisnis, maupun pelanggan. Kemampuan manajemen waktu serta adaptasi terhadap perubahan juga sangat dibutuhkan untuk menjaga konsistensi, fleksibilitas, dan ketahanan dalam menghadapi dinamika pasar yang cepat berubah dan kompetitif. Oleh karena itu, kemampuan menciptakan ide bisnis tidak hanya berkaitan dengan proses melahirkan gagasan baru, tetapi juga merupakan hasil dari kombinasi antara kreativitas, pengalaman, pengetahuan, serta keterampilan sosial dan pribadi.

Hubungan Kreativitas dan Ide Bisnis

Proses penciptaan ide bisnis dapat dirangsang melalui metode seperti brainstorming terarah, kolaborasi lintas bidang, serta pemanfaatan teknologi

digital, yang semuanya meningkatkan inovasi dan daya saing bisnis (Yamin, M., & Imanuddin 2025). Kreativitas memungkinkan wirausahawan melihat peluang yang tidak terlihat oleh orang lain, mengidentifikasi solusi unik, dan mengubah ide menjadi produk atau layanan baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar (Amura 2021). Dalam dunia kewirausahaan, kreativitas menjadi sumber utama munculnya gagasan usaha karena melalui kemampuan ini seseorang mampu mengombinasikan informasi, pengalaman, serta pengamatan terhadap kebutuhan pasar menjadi konsep bisnis yang inovatif. Rismayani et al. (2023) menjelaskan bahwa kreativitas bukan sekadar imajinasi, melainkan proses sistematis yang melibatkan tahapan pengumpulan informasi, pengolahan gagasan, inkubasi ide, dan evaluasi hingga melahirkan ide bisnis yang dapat diimplementasikan.

Kreativitas dan inovasi memiliki hubungan yang saling melengkapi dalam proses lahirnya ide bisnis. Menurut (Efiana Manilang, Ester Novita Desi 2024), Kreativitas menghasilkan gagasan baru, sedangkan inovasi berfungsi untuk menerapkan gagasan tersebut menjadi produk, layanan, atau strategi bisnis yang nyata. Dalam konteks ini, kreativitas memunculkan ide-ide orisinal yang membuka peluang pasar baru, sementara inovasi mengubah ide tersebut menjadi keunggulan kompetitif. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh (Jelita et al. 2023) menjelaskan bahwa kreativitas menjadi elemen penting dalam pembentukan model bisnis dan diferensiasi produk. Faktor-faktor seperti budaya organisasi, kepemimpinan yang terbuka, dukungan sumber daya, dan lingkungan kerja yang kondusif turut memengaruhi sejauh mana kreativitas dapat berkembang dan menghasilkan ide bisnis yang kompetitif. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Olivia & Nuringsih (2022) menunjukkan bahwa kreativitas wirausaha akan lebih efektif bila ditunjang oleh pengetahuan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial.

Peran AI

Artificial Intelligence (AI) adalah teknologi yang meniru kemampuan kognitif manusia menggunakan mesin seperti komputer atau robot yang diprogram untuk pembelajaran, pemecahan masalah, pengambilan keputusan, dan analisis data secara cerdas (Pratama 2025). Sementara itu, Artificial Intelligence menurut Nugroho et al. (2024) dalam penelitiannya merupakan sistem yang mampu melakukan tugas-tugas yang biasanya membutuhkan kecerdasan manusia, seperti pengenalan pola, analisis data, pengambilan keputusan, dan pemecahan masalah. Selanjutnya, Setyani et al (2025), berpendapat bahwa AI memungkinkan mesin untuk melakukan berbagai tugas kompleks yang umumnya membutuhkan kecerdasan manusia, seperti mengenali pola, memahami bahasa alami, serta menganalisis dan memprediksi data. Secara umum, AI dibagi menjadi dua kategori, yaitu narrow AI yang dikhususkan untuk menyelesaikan tugas tertentu seperti pengenalan wajah atau asisten virtual, dan general AI yang memiliki kecerdasan lebih luas sehingga mampu menangani beragam permasalahan secara mandiri.

Parapat et al. (2025) mengungkapkan bahwa AI kini menjadi bagian penting dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk bidang pendidikan dan kewirausahaan. AI berperan penting dalam meningkatkan kreativitas wirausahawan pemula dengan mempercepat proses brainstorming, memberikan wawasan melalui analisis data yang kompleks, serta membantu pengambilan

keputusan berbasis data untuk strategi pemasaran dan pengembangan solusi bisnis inovatif (Mulawarman, Alfiansyah, and Switrayana 2025). Dalam konteks ventura baru, AI mendukung proses produksi ide, penjualan, dan pengembangan usaha dengan cara mengotomatisasi tugas-tugas repetitif sehingga wirausahawan dapat fokus pada aktivitas utama seperti mendapatkan pendanaan dan pengelolaan sumber daya (Chalmers, MacKenzie, and Carter 2021). AI digunakan sebagai alat vital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pemahaman perilaku pelanggan dalam kewirausahaan berbasis teknologi digital (Mardiah et al. 2025). Sementara itu, menurut (Amira 2023), penerapan AI memberikan pengaruh besar terhadap peningkatan efisiensi di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

C. METODE PENELITIAN

Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel kreativitas dengan pengembangan ide bisnis mahasiswa di era AI. Model korelasional memungkinkan peneliti untuk menganalisis hubungan antar variabel tanpa manipulasi langsung, serta mendeteksi kekuatan dan arah hubungan menggunakan teknik statistik korelasi Pearson (Dela Fahiran Pandiangan and Meyniar Albina 2025).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian terdiri dari seluruh mahasiswa peserta mata kuliah kewirausahaan. Mahasiswa ini dipilih karena mereka memiliki keterlibatan langsung dalam pengembangan ide bisnis, sehingga relevan dengan fokus penelitian. Sampel diambil dengan teknik purposive sampling untuk mendapatkan responden yang relevan dan representatif terhadap fenomena yang diteliti. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel non-random di mana peneliti secara sengaja memilih responden atau sampel berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian (Lenaini 2021). Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, disesuaikan agar memenuhi asumsi analisis statistik korelasi Pearson dan memberikan kekuatan statistik yang memadai.

Instrumen Penelitian

Instrumen menggunakan kuesioner terstruktur dengan skala Likert yang telah melalui uji validitas dan reliabilitas. Kuesioner dirancang untuk mengukur variabel kreativitas (X) yang meliputi aspek fluency, flexibility, originality, dan elaboration, serta variabel kemampuan menghasilkan ide bisnis (Y) yang relevan dengan penggunaan teknologi AI, seperti integrasi alat digital dalam proses ideasi. Setiap variabel diukur dengan 27 item pernyataan, dengan skala Likert 1-5 (sangat tidak setuju hingga sangat setuju), untuk memastikan pengukuran yang objektif dan konsisten.

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Data dikumpulkan melalui survei online menggunakan platform seperti Google Forms, dengan prosedur yang terkontrol untuk memastikan kualitas data. Informasi tentang izin partisipasi dan kerahasiaan dijamin sesuai etika penelitian kuantitatif, termasuk pemberian informed consent kepada responden. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan

karakteristik responden dan variabel, serta analisis inferensial dengan uji korelasi Pearson Product Moment. Analisis korelasi Pearson dipilih karena sesuai untuk mengukur hubungan linear antar variabel yang bersifat interval dan berdistribusi normal. Uji signifikansi korelasi juga dilakukan untuk memastikan relevansi statistik hubungan tersebut, dengan bantuan perangkat lunak SPSS untuk pemrosesan data.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X

Item	r <u>hitung</u>	r <u>tabel</u>	Kesimpulan
X1	0,648	0,1654	VALID
X2	0,560	0,1654	VALID
X3	0,582	0,1654	VALID
X4	0,614	0,1654	VALID
X5	0,506	0,1654	VALID
X6	0,466	0,1654	VALID
X7	0,647	0,1654	VALID
X8	0,557	0,1654	VALID
X9	0,573	0,1654	VALID
X10	0,582	0,1654	VALID
X11	0,536	0,1654	VALID
X12	0,509	0,1654	VALID
X13	0,567	0,1654	VALID
X14	0,617	0,1654	VALID
X15	0,700	0,1654	VALID
X16	0,563	0,1654	VALID
X17	0,649	0,1654	VALID
X18	0,669	0,1654	VALID
X19	0,679	0,1654	VALID
X20	0,588	0,1654	VALID
X21	0,723	0,1654	VALID
X22	0,677	0,1654	VALID
X23	0,581	0,1654	VALID
X24	0,645	0,1654	VALID
X25	0,585	0,1654	VALID
X26	0,706	0,1654	VALID
X27	0,742	0,1654	VALID

Sumber: Olah Data SPSS. 2025

Pernyataan dinyatakan valid apabila nilai $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dan bernilai positif. Sebaliknya, apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka butir pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid. Berdasarkan hasil perhitungan validitas pada variable X, seluruh item memiliki nilai $r \text{ hitung}$ yang lebih besar daripada $r \text{ tabel}$ sebesar 0,1654 serta bernilai positif. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada variable X, mulai dari item X1 sampai X27, dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item	<u>r hitung</u>	<u>r tabel</u>	Kesimpulan
Y1	0,649	0,1654	VALID
Y2	0,669	0,1654	VALID
Y3	0,653	0,1654	VALID
Y4	0,547	0,1654	VALID
Y5	0,633	0,1654	VALID
Y6	0,601	0,1654	VALID
Y7	0,568	0,1654	VALID
Y8	0,511	0,1654	VALID
Y9	0,565	0,1654	VALID
Y10	0,666	0,1654	VALID
Y11	0,608	0,1654	VALID
Y12	0,655	0,1654	VALID
Y13	0,495	0,1654	VALID
Y14	0,577	0,1654	VALID
Y15	0,605	0,1654	VALID
Y16	0,637	0,1654	VALID
Y17	0,551	0,1654	VALID
Y18	0,501	0,1654	VALID
Y19	0,629	0,1654	VALID
Y20	0,685	0,1654	VALID
Y21	0,583	0,1654	VALID
Y22	0,677	0,1654	VALID
Y23	0,660	0,1654	VALID
Y24	0,67	0,1654	VALID
Y25	0,707	0,1654	VALID
Y26	0,589	0,1654	VALID
Y27	0,693	0,1654	VALID

Sumber: Olah Data SPSS, 2025

Sama seperti pengujian pada variabel X, uji validitas variabel Y juga dilakukan dengan menggunakan korelasi satu sisi. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pada variabel Y memiliki nilai r hitung $>$ r tabel sebesar 0,1654 dan bernilai positif. Dengan demikian, seluruh item mulai dari Y1 hingga Y27 dinyatakan valid. Hal ini menegaskan bahwa setiap butir pernyataan pada variabel Y mampu merepresentasikan konstruk yang diukur dan dapat digunakan dalam tahap analisis berikutnya.

Hasil uji validitas pada variabel kreativitas (X) dan kemampuan menghasilkan ide bisnis (Y) menunjukkan bahwa seluruh butir instrumen memiliki nilai r hitung lebih tinggi daripada r tabel, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Secara teoritis, temuan ini memperkuat kesesuaian instrumen dengan konstruk yang diukur, sebagaimana dijelaskan dalam kajian kreativitas pada bagian tinjauan pustaka.

Dengan demikian, hasil uji validitas ini tidak hanya menunjukkan kelayakan statistik instrumen, tetapi juga keselarasan konseptualnya dengan teori Creativity and Innovation (Amabile, 1996). Semua item terbukti mampu mengukur dimensi

keativitas dan inovasi sebagaimana diuraikan dalam kajian teori, sehingga instrumen layak digunakan pada tahap analisis lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Cronbach's Alpha	N of Items
0,934	27

Sumber: Olah Data SPSS, 2025

Dari hasil uji reliabilitas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha untuk variabel X sebesar 0,934 dengan jumlah item sebanyak 27. Berdasarkan tabel 3, nilai Cronbach's Alpha $0,934 > 0.6$ sehingga dianggap reliabel.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Cronbach's Alpha	N of Items
0,936	27

Sumber: Olah Data SPSS, 2025

3. Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test)

		Unstandardized Residual
		100
Normal	Mean	0,0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	4,38073448
Most Extreme	Absolute	0,064
Differences	Positive	0,064
	Negative	-0,061
Test Statistic		0,064
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Olah Data SPSS, 2025

Untuk menguji normalitas, digunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Dasar pengambilan keputusan, jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> 0,05$, maka data residual berdistribusi normal. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $< 0,05$, maka data residual tidak berdistribusi normal. Pada tabel 5, nilai residual berdistribusi normal dengan nilai signifikansi $0,200 > 0,05$, dan penelitian dapat dilanjutkan.

4. Uji Korelasi Pearson

Tabel 6. Hasil Uji Korelasi Pearson

		Kreativitas	Kemampuan Menghasilkan Ide
Kreativitas	Pearson	1	0,95
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		0,000
Kemampuan Menghasilkan Ide	N	100	100
	Pearson	,950	1
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	100	100
Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Sumber: Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 6 hasil analisis korelasi Pearson, diperoleh nilai koefisien korelasi antara Kreativitas dan Kemampuan Menghasilkan Ide sebesar $r = 0,950$ dengan nilai signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,01$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara kreativitas dengan kemampuan menghasilkan ide pada responden penelitian sebanyak 100 orang.

Pembahasan

Hasil uji statistik yang diperoleh dari penelitian ini memberikan wawasan mendalam mengenai peran kreativitas dalam mengembangkan ide bisnis mahasiswa di era Artificial Intelligence (AI). Dengan judul penelitian "Peran Kreativitas dalam Mengembangkan Ide Bisnis Mahasiswa di Era AI", temuan ini menunjukkan bahwa kreativitas bukan hanya sebagai kemampuan individu, tetapi juga sebagai fondasi bagi inovasi bisnis yang dapat diperkuat oleh teknologi AI. Hipotesis penelitian yang menyatakan adanya hubungan positif antara kreativitas dan kemampuan menghasilkan ide bisnis didukung oleh data empiris, di mana mahasiswa yang memiliki kreativitas tinggi cenderung menghasilkan ide-ide bisnis yang orisinal dan bermanfaat, terutama ketika mereka memanfaatkan alat AI seperti generator ide otomatis atau analisis data berbasis algoritma.

Pembahasan ini menganalisis hasil uji validitas, reliabilitas, normalitas, dan korelasi Pearson dalam konteks Creativity and Innovation Theory (Amabile, 1996), yang menekankan kreativitas sebagai motor inovasi melalui komponen seperti domain-relevant skills, creativity-relevant processes, dan intrinsic task motivation. Analisis ini tidak hanya mengevaluasi kesesuaian hasil dengan hipotesis, tetapi juga mengeksplorasi implikasi teoritis dan praktis bagi mahasiswa, seperti bagaimana kreativitas manusia dapat berkolaborasi dengan AI untuk mendorong inovasi bisnis di lingkungan pendidikan dan dunia kerja. Dengan demikian, pembahasan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman komprehensif tentang bagaimana kreativitas tetap relevan dan krusial di era digital, sambil mengidentifikasi tantangan dan peluang bagi pengembangan ide bisnis mahasiswa.

1. Kreativitas sebagai Fondasi Pengembangan Ide Bisnis Mahasiswa

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa kreativitas memainkan peran penting dalam mengembangkan ide bisnis mahasiswa, sesuai dengan hipotesis penelitian bahwa kreativitas berkorelasi positif dengan kemampuan menghasilkan ide bisnis. Berdasarkan Creativity and Innovation Theory (Amabile, 1996), kreativitas berfungsi sebagai motor inovasi, di mana mahasiswa dapat menghasilkan ide-ide orisinal melalui domain-relevant skills, creativity-relevant processes, dan intrinsic task motivation. Uji validitas mengonfirmasi instrumen valid (r hitung $> 0,1654$ untuk semua item, $X: 0,466-0,742$; $Y: 0,495-0,707$), memastikan pengukuran akurat konstruk kreativitas dan ide bisnis. Reliabilitas tinggi (Cronbach's Alpha $0,934$ untuk X dan $0,936$ untuk Y) menegaskan konsistensi pengukuran, mendukung argumen bahwa kreativitas mahasiswa dapat diukur dan dikembangkan sebagai dasar ide bisnis inovatif.

2. Integrasi Kreativitas dengan Teknologi AI di Era Digital

Di era AI, kreativitas mahasiswa tidak berdiri sendiri melainkan terintegrasi dengan teknologi seperti alat generasi ide otomatis atau analisis data berbasis algoritma. Uji normalitas (Asymp. Sig. = $0,200 > 0,05$) memastikan data residual normal, memungkinkan analisis hubungan kreativitas dan ide bisnis tanpa bias, yang relevan untuk mahasiswa yang menggunakan AI sebagai katalisator. Korelasi Pearson ($r = 0,950$, $p = 0,000$) menunjukkan hubungan kuat antara kreativitas dan kemampuan menghasilkan ide bisnis, mendukung teori Amabile bahwa kreativitas mendorong inovasi. Dalam konteks AI, hal ini berarti mahasiswa dapat memperluas batas kreativitas manusia melalui kolaborasi dengan teknologi, seperti menggunakan AI untuk simulasi ide bisnis atau optimasi proses ideasi, sehingga ide-ide yang dihasilkan lebih efisien dan berdampak.

3. Implikasi Teoritis dan Praktis bagi Mahasiswa dan Inovasi Bisnis

Secara teoritis, temuan ini memperkuat teori Amabile dengan menunjukkan bahwa kreativitas tetap menjadi inti inovasi bisnis di era AI, di mana komponen seperti intrinsic motivation dapat diperkaya oleh alat digital. Praktisnya, hasil ini mendorong pengembangan kreativitas mahasiswa melalui pendidikan bisnis yang mengintegrasikan AI, seperti kursus yang mengajarkan penggunaan algoritma untuk ide produk baru. Korelasi kuat ($r = 0,950$) menunjukkan bahwa investasi pada kreativitas dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa menghasilkan ide bisnis disruptif, seperti model startup berbasis AI, mendorong daya saing ekonomi. Namun, tantangan seperti ketergantungan berlebihan pada AI perlu diatasi untuk menjaga kreativitas manusia sebagai fondasi.

E. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kreativitas memainkan peran penting dalam mengembangkan ide bisnis mahasiswa di era Artificial Intelligence (AI). Hipotesis penelitian yang menyatakan adanya hubungan positif antara kreativitas dan kemampuan menghasilkan ide bisnis terbukti didukung oleh data empiris, dengan koefisien korelasi Pearson sebesar $r = 0,950$ ($p = 0,000$), menunjukkan hubungan yang sangat kuat. Instrumen penelitian terbukti valid dan reliabel, dengan uji validitas mengonfirmasi semua item (r hitung

$> 0,1654$), Cronbach's Alpha $> 0,6$, dan data residual berdistribusi normal (Asymp. Sig. = $0,200 > 0,05$). Temuan ini selaras dengan Creativity and Innovation Theory (Amabile, 1996), yang menekankan kreativitas sebagai motor inovasi melalui komponen seperti domain-relevant skills, creativity-relevant processes, dan intrinsic task motivation, yang dapat diperkuat oleh teknologi AI untuk menghasilkan ide bisnis orisinal dan efisien.

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa kreativitas manusia tetap menjadi fondasi inovasi bisnis, bahkan di era AI, di mana kolaborasi dengan alat digital seperti generator ide otomatis dapat memperluas batas kreativitas mahasiswa. Praktisnya, hasil ini menunjukkan bahwa pengembangan kreativitas melalui pendidikan dan pelatihan dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa menghasilkan ide bisnis disruptif, seperti model startup berbasis AI, yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan daya saing. Namun, tantangan seperti risiko ketergantungan berlebih pada AI perlu diperhatikan untuk menjaga keseimbangan antara kreativitas manusia dan teknologi. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kreativitas, diperkuat oleh AI, adalah kunci keberhasilan ide bisnis mahasiswa di masa depan, memberikan dasar bagi inovasi yang berkelanjutan.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, beberapa saran dapat diajukan untuk pengembangan lebih lanjut. Pertama, bagi praktisi pendidikan, disarankan untuk mengintegrasikan modul pembelajaran kreativitas yang menggabungkan AI dalam kurikulum bisnis, seperti workshop penggunaan algoritma AI untuk simulasi ide bisnis, guna meningkatkan kemampuan mahasiswa menghasilkan ide inovatif. Kedua, bagi dunia bisnis dan mahasiswa, disarankan untuk mendorong budaya organisasi yang mempromosikan kreativitas intrinsik sambil memanfaatkan AI sebagai alat pendukung, bukan pengganti, untuk menghindari penurunan kreativitas manusia. Ketiga, untuk penelitian lanjutan, disarankan melakukan studi kausalitas menggunakan metode eksperimen atau longitudinal untuk menguji dampak langsung AI terhadap kreativitas mahasiswa, serta memperluas sampel ke mahasiswa dari berbagai disiplin ilmu atau negara untuk meningkatkan generalisasi hasil. Terakhir, disarankan pengembangan instrumen penelitian yang lebih spesifik untuk era AI, seperti item yang mengukur interaksi kreativitas manusia dengan teknologi, untuk memperdalam pemahaman tentang inovasi bisnis di konteks digital. Saran-saran ini diharapkan dapat mendorong inovasi berkelanjutan dan mempersiapkan mahasiswa menghadapi tantangan bisnis di era AI.

DAFTAR PUSTAKA

- Amira, Bunga. 2023. "Pemanfaatan AI." *JURMA: Jurnal Riset Manajemen* 1(4): 362–71.
- Amura. 2021. "Peran Kreativitas Dalam Proses Kewirausahaan Dan Cara Menginspirasi Ide Hebat." 2(4): 12485–94.
- Andriani. 2024. "'Inovasi Dan Kreativitas Dalam Kewirausahaan.'" *Kompasiana* 6(4).
- Chalmers, Dominic, Niall G. MacKenzie, and Sara Carter. 2021. "Artificial Intelligence and Entrepreneurship: Implications for Venture Creation in

- the Fourth Industrial Revolution.” *Entrepreneurship: Theory and Practice* 45(5): 1028–53. doi:10.1177/1042258720934581.
- Efiana Manilang, Ester Novita Desi, Yosia Belo. 2024. “Inovasi Dan Kreativitas Dalam Kewirausahaan.” *Kompasiana* 6(4).
- Dela Fahiran Pandiangan, and Meyniar Albina. 2025. “Model Dan Tahapan Penelitian Kuantitatif: Pendekatan Teoretis Dan Praktis Dalam Kajian Pendidikan.” *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 3(3): 724–30. doi:10.61104/ihsan.v3i3.1494.
- Fauzi, Irsal, Kustiyono Kustiyono, Abdul Aziz, Vera Rahmawati, and Rigo Wahyu Prihantoro. 2024. “Pelatihan Pembuatan Proposal Business Plan Menggunakan AI Bagi Mahasiswa Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo.” *JMM - Jurnal Masyarakat Merdeka* 7(2): 121. doi:10.51213/jmm.v7i2.167.
- Handayani Parinduri, Sri, Melati Sukma Sitompul, and Putri Khoirul Jannah. 2022. “Manfaat Media Pembelajaran Edrawmind Untuk Melatih Kreativitas Mahasiswa Fisika.” *Jurnal Inovasi Pendidikan Sains dan Terapan (INTERN)* 1(2): 64–72. doi:10.58466/intern.v1i2.1396.
- Haribowo, Siget Fitrianto, IG. Jarot Febri Setyo Wibowo, Wening Patmi Rahayu, and Agung Winarno. 2025. “Universitas Negeri Malang , Indonesia.” *Profit : Jurnal Manajemen, Bisnis dan akuntansi* 4(2): 127–37.
- Jelita, Dea Putri, Hafifah Batubara, Sekar Ayu Larasati, and Mansur Keling. 2023. “Pentingnya Kreativitas Dalam Pengembangan Bisnis Dan Kewirausahaan.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1(1): 1–8.
- Lenaini, Ika. 2021. “Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling Info Artikel Abstrak.” *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah* 6(1): 33–39.
- Mardiah, Dede, Fira Putri Renggani, Nina Septiani Aripin, and Ridwan Irwansyah. 2025. “Kewirausahaan Berbasis Teknologi : Memanfaatkan AI Untuk Pertumbuhan Usaha.” *Karimah Tauhid* 4(7): 5086–93.
- Mulawarman, Logi, Muhamad Wisnu Alfiansyah, and I Nyoman Switrayana. 2025. “Peran Artificial Intelligence Dalam Meningkatkan Kreativitas Wirausahawan Pemula.” *JAIM: Jurnal Aliansi Ilmu Multidisiplin* 1(1): 17–22. doi:10.63545/jaim.v1.i1.99.
- Nugroho, Rusdi Hidayat, Indah Respati Kusumasari, Valentino Febrianto, M. Arif Farhan N. H, and Mohammad Ryan Mahardika. 2024. “Strategi Teknologi Artificial Intelligence (AI) Dalam Pengambilan Keputusan Bisnis Di Era Digital.” *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital* 2(2): 7. doi:10.47134/jbkd.v2i2.3476.
- Olivia, Maureen, and Kartika Nulingsih. 2022. “Peran Pengetahuan Kewirausahaan Dan Media Sosial Dalam Pengembangan Kreativitas Berwirausaha.” *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 6(1): 203. doi:10.24912/jmie.v6i1.13360.
- Parapat, J R, M A S Sebayang, and ... 2025. “Pengaruh Dan Tantangan AI Di Era Digital Dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Dan Inovasi Bagi Mahasiswa Universitas Negeri Medan.” *Jurnal Penelitian ...* 01(05): 1081–95.

- Pratama, Gede Aditya. 2025. "Pengembangan Teknologi Artificial Intelligence (AI) Dan Tantangan Hak Kekayaan Intelektual." *Jurnal Hukum Sasana* 11(1): 35–44.
- Ramadiani, Yanti, Rika Agusmelda, and Shera Betania. 2023. "Peran Teknologi AI Terhadap Kreatifitas Mahasiswa Dalam Menyelesaikan Tugas Akhir." *Jurnal ORTOPEDAGOGIA* 9(2): 126. doi:10.17977/um031v9i22023p126-130.
- Rismayani, dinil arifah Nasution, Hajijah Adelina, and Mansur Keling. 2023. "Peran Kreativitas Dalam Proses Kewirausahaan Dengan Cara Menginspirasi Ide Hebat." *Pediaqu:Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora* 01(4): 1–23.
- Setyani, Tria, Kevinda Sari, Raka Sulistiyo, Adelia Pratiwi, Ryan Randy Suryono, and Magistes Ilmu Komputer. 2025. "Pengaruh Artificial Intelligence Dalam Mendorong Inovasi Dan Efisiensi Technopreneurship." *Jurnal Ilmiah Informatika Dan Ilmu Komputer (Jima-Ilkom)* 4(1): 63–67.
- Yamin, M., & Imanuddin, B. 2025. "Strategi Menciptakan Ide Kreatif Dalam Kewirausahaan Untuk." 2(1): 1–5.
- Yohana, Corry. 2021. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Hasil Belajar Produk Kreatif Dan Kewirausahaan." *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal* 7(1): 89. doi:10.37905/aksara.7.1.89-102.2021.
- Yurniman Ndruru Susiana Lase, Noverlina Zandrato, and Yosia Belo. 2024. "Pentingnya Keterampilan Hidup Dalam Mewujudkan Ide-Ide Bisnis Yang Inovatif." *Nian Tana Sikka : Jurnal ilmiah Mahasiswa* 3(1): 93–106. doi:10.59603/niantanasikka.v3i1.612.