E-ISSN: 3025-0994
Halaman 5736-5753
Volume 4 Nomor 4 Tahun 2026

Pengaruh Limpahan Pengetahuan Dari Luar Kampus dan Pengalaman Bisnis Terhadap Keinovasian Ide Project Kewirausahaan Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

Tsaltsa Rizyan Azzahra[1], Mujiono[2], Brilliant Asmit[3]

[1,2,3] Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Riau
e-mail: tsaltsa.rizyan3506@student.unri.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh limpahan pengetahuan dari luar kampus dan pengalaman bisnis terhadap keinovasian ide project kewirausahaan pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif melalui metode survei. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 233 mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2022 dan 2023, dengan sampel sebanyak 147 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dan teknik simple random sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa limpahan pengetahuan dari luar kampus berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinovasian ide project kewirausahaan, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,393, nilai t hitung sebesar 6,335, dan signifikansi 0,000. Pengalaman bisnis juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinovasian ide, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,170, nilai t hitung sebesar 3,665, dan signifikansi 0,000. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap keinovasian ide dengan nilai F hitung sebesar 81,609 dan signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi sebesar 53,1%. Dengan demikian, limpahan pengetahuan dari luar kampus dan pengalaman bisnis berperan penting dalam meningkatkan keinovasian ide project kewirausahaan mahasiswa.

Kata Kunci: Limpahan Pengetahuan, Pengalaman Bisnis, Keinovasian Ide, Kewirausahaan.

Abstract

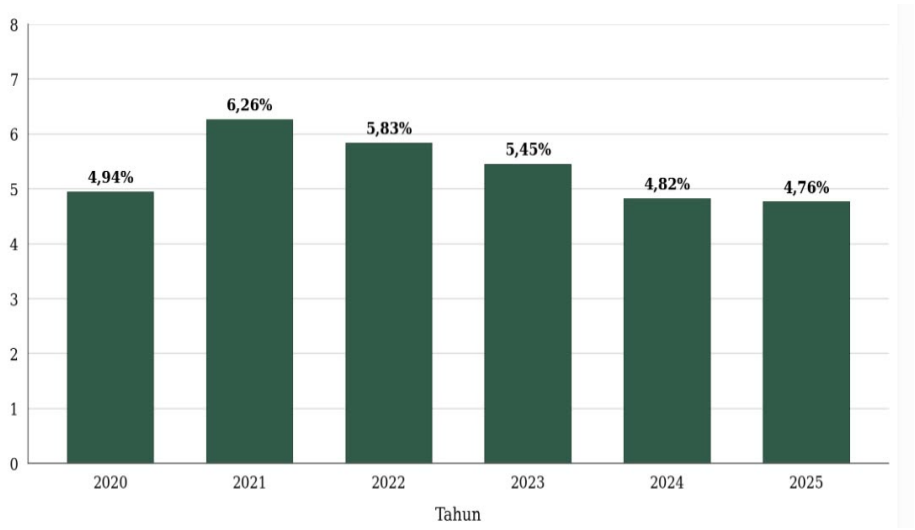
This study aims to determine the effect of knowledge spillover from outside the campus and business experience on the innovativeness of entrepreneurial project ideas among Economic Education students at the University of Riau, both partially and simultaneously. This research employed a quantitative approach with an associative research design using a survey method. The population consisted of 233 Economic Education students from the 2022 and 2023 cohorts, with a sample of 147 respondents determined using the Slovin formula and simple random sampling technique. Data were collected through questionnaires using a

Likert scale. The data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS software. The results indicate that knowledge spillover from outside the campus has a positive and significant effect on the innovativeness of entrepreneurial project ideas, with a regression coefficient of 0.393, a t-value of 6.335, and a significance level of 0.000. Business experience also has a positive and significant effect on idea innovativeness, with a regression coefficient of 0.170, a t-value of 3.665, and a significance level of 0.000. Simultaneously, both variables have a significant effect on idea innovativeness, with an F-value of 81.609 and a significance level of 0.000. The coefficient of determination is 53.1%. Therefore, knowledge spillover from outside the campus and business experience play important roles in improving the innovativeness of students' entrepreneurial project ideas.

Keywords: *Knowledge Spillover, Business Experience, Idea Innovativeness, Entrepreneurship.*

LATAR BELAKANG

Perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif dan tidak menentu menuntut adanya perubahan dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM). Di era seperti sekarang, masyarakat tidak cukup hanya memiliki kemampuan untuk menjadi pencari kerja, tetapi juga perlu didorong agar mampu menciptakan lapangan kerja. Perubahan cara pandang ini menjadi penting agar Indonesia dapat menyesuaikan diri dengan arus globalisasi yang menuntut efisiensi dan daya saing yang tinggi. Dalam hal ini, kewirausahaan menjadi salah satu faktor penting yang tidak hanya membantu mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga dapat mengurangi pengangguran dengan menciptakan lapangan kerja baru serta mendukung berkembangnya inovasi. (Setiawan *et al.,* 2024). Mengingat karena inovasi merupakan bagian penting dalam kewirausahaan, wirausaha dapat dikatakan sebagai agen perubahan yang berperan dalam menciptakan ide-ide baru dan solusi kreatif. Mereka tidak hanya menjalankan usaha, tetapi juga mampu menghadapi berbagai tantangan ekonomi dengan cara yang inovatif, sehingga dapat membuka peluang baru dan memberikan nilai tambah bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya, dapat dilihat dari gambar 1.1



Gambar 1 Tingkat Pengangguran Terbuka di Indonesia

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2025

Terlihat persoalan ketenagakerjaan di Indonesia tetap menjadi isu strategis yang memerlukan perhatian serius. Merujuk pada data Badan Pusat Statistik (BPS) periode 2020–2025, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) memang menunjukkan tren penurunan yang konsisten, dari 4,94% pada tahun 2020 menjadi 4,76% pada tahun 2025. Meskipun demikian, penurunan persentase ini belum sepenuhnya menyelesaikan masalah secara mendasar karena jumlah pengangguran absolut masih tinggi. Terlebih lagi, mayoritas tenaga kerja masih terserap di sektor informal dengan produktivitas dan pendapatan yang fluktuatif, menandakan bahwa pasar kerja nasional belum mampu mengoptimalkan penyerapan tenaga kerja, baik dari aspek kuantitas maupun kualitas.

Kewirausahaan dapat menjadi solusi dalam mengatasi permasalahan tersebut melalui penciptaan lapangan kerja baru dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Wibowo, 2022). Selain itu, kewirausahaan juga berperan dalam meningkatkan daya saing ekonomi melalui inovasi, terutama di era digital (Nambisan, 2017). Namun demikian, rasio kewirausahaan di Indonesia masih relatif rendah dan jauh di bawah negara-negara lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa minat dan kesiapan masyarakat dalam berwirausaha masih perlu ditingkatkan.

Mahasiswa sebagai generasi muda memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan kewirausahaan. Salah satu aspek penting dalam kewirausahaan adalah keinovasian ide, yaitu kemampuan menghasilkan gagasan yang kreatif, unik, dan bernilai ekonomis. Keinovasian ide menjadi faktor utama dalam menciptakan usaha yang kompetitif dan berkelanjutan (Manzi Puertas, 2024). Oleh karena itu, perguruan tinggi memiliki tanggung jawab untuk membekali mahasiswa dengan kompetensi kewirausahaan, baik secara teoritis maupun praktis.

Seiring perkembangan teknologi informasi, akses terhadap pengetahuan menjadi semakin luas. Kondisi ini memungkinkan individu memperoleh berbagai informasi dari luar

lingkungan formal. Dalam perspektif teori, fenomena ini dikenal sebagai *knowledge spillover* atau limpahan pengetahuan. Menurut David B. Audretsch (2021), limpahan pengetahuan merupakan proses di mana pengetahuan yang dihasilkan oleh suatu pihak dapat dimanfaatkan oleh pihak lain untuk menciptakan inovasi. Semakin tinggi akses terhadap pengetahuan eksternal, maka semakin besar peluang individu dalam menghasilkan ide inovatif (Ferreira *et al.,* 2022).

Namun dalam praktiknya, pemanfaatan limpahan pengetahuan oleh mahasiswa masih belum optimal. Meskipun akses internet semakin luas, sebagian besar mahasiswa masih memanfaatkannya untuk kegiatan konsumtif seperti hiburan dan media sosial. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi akses pengetahuan dengan pemanfaatannya dalam kegiatan produktif, khususnya dalam pengembangan ide bisnis.

Selain limpahan pengetahuan, pengalaman bisnis juga merupakan faktor penting dalam mendorong keinovasian ide. Pengalaman bisnis memberikan pembelajaran nyata yang tidak diperoleh secara maksimal melalui teori di kelas. Melalui pengalaman, individu dapat memahami kebutuhan pasar, mengenali peluang, serta mengembangkan kemampuan dalam menghadapi risiko. Teori *experiential learning* yang dikemukakan oleh Kolb (1984) menjelaskan bahwa pengalaman langsung merupakan sumber pembelajaran yang efektif. Penelitian menunjukkan bahwa individu yang memiliki pengalaman bisnis cenderung memiliki tingkat kreativitas dan inovasi yang lebih tinggi (Novianty & Handoyo, 2025).

Namun, berdasarkan data *Global Entrepreneurship Monitor*, lebih dari 50% individu belum memiliki pengalaman bisnis. Hal ini menjadi salah satu hambatan dalam pengembangan kewirausahaan, termasuk di kalangan mahasiswa. Kurangnya pengalaman praktis menyebabkan mahasiswa kesulitan dalam memahami kondisi pasar dan mengembangkan ide bisnis yang relevan.

Fenomena tersebut juga terlihat pada mahasiswa perguruan tinggi, Meskipun telah memperoleh pembelajaran kewirausahaan, kemampuan dalam menciptakan ide bisnis yang inovatif masih belum optimal. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa mengalami kesulitan dalam menghasilkan ide inovatif, ide yang dihasilkan masih bersifat umum, pemanfaatan internet lebih dominan untuk hiburan, serta masih rendahnya pengalaman bisnis mahasiswa.

Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pembelajaran kewirausahaan yang diperoleh di dalam kampus dengan kemampuan implementatif mahasiswa dalam menciptakan inovasi. Secara ideal, mahasiswa diharapkan mampu menghasilkan ide bisnis yang kreatif dan inovatif setelah mengikuti pembelajaran kewirausahaan. Namun kenyataannya, kemampuan tersebut masih belum optimal.

Secara konseptual, limpahan pengetahuan dari luar kampus berperan dalam memperkaya wawasan dan sumber ide, sedangkan pengalaman bisnis berperan dalam menguji dan mengembangkan ide menjadi lebih aplikatif. Kedua faktor ini diduga memiliki pengaruh penting terhadap keinovasian ide mahasiswa.

Penelitian terdahulu telah memberikan landasan empiris mengenai pengaruh limpahan pengetahuan dan pengalaman bisnis terhadap inovasi. Ramos-Rodriguez *et al*. (2024) membuktikan bahwa akses pengetahuan eksternal melalui jaringan sosial berpengaruh signifikan terhadap kemampuan individu dalam mengenali peluang usaha.

Sementara itu, Lim & Widjaja (2023) menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kemampuan inovasi. Kamaruddin (2023) pun menegaskan bahwa pengalaman bisnis meningkatkan kemampuan individu dalam menciptakan ide usaha yang relevan. dan sebagian besar penelitian masih bersifat umum dan belum secara spesifik mengkaji konteks mahasiswa, khususnya dalam keinovasian ide pada mahasiswa.

Di sisi lain, masih terbatas penelitian yang mengkaji secara bersama-sama peran limpahan pengetahuan dari luar kampus dan pengalaman bisnis dalam mempengaruhi keinovasian ide. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan kedua faktor tersebut belum dijelaskan secara menyeluruh, khususnya dalam konteks mahasiswa, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui pengaruh keduanya secara simultan dalam mengembangkan ide kewirausahaan yang lebih inovatif, Dengan demikian, terdapat *research gap* yang menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian asosiatif menggunakan survei dengan metode kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Riau. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 233 mahasiswa dengan sampel sebanyak 147 responden yang ditentukan menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling* dan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 5%. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner tertutup yang dibuat secara online dengan menggunakan Google Forms. Instrumen penelitian diukur menggunakan skala Likert dengan 5 tingkat jawaban. Pengujian instrumen dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan bantuan aplikasi SPSS dengan metode analisis regresi linear berganda, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis Deskript

Tabel 1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Limpahan Pengetahuan (X1)	147	20,00	50,00	37,3061	6,55076	42,912
Pengalaman Bisnis (X2)	147	10,00	50,00	37,2381	8,76351	76,799
Keinovasian Ide (Y)	147	15,00	40,00	29,8027	5,15996	26,625
Valid N (*listwise*)	147					

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 147 responden, variabel Limpahan Pengetahuan (X1) memiliki nilai rata-rata sebesar 37,3061, Pengalaman Bisnis (X2) sebesar 37,2381, dan Keinovasian Ide (Y) sebesar 29,8027. Ketiga variabel menunjukkan rata-rata per butir sekitar 3,72–3,73 pada skala 1–5, yang menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap pernyataan pada setiap variabel. Standar deviasi terbesar terdapat pada variabel Pengalaman Bisnis sebesar 8,76351, sehingga memiliki penyebaran jawaban paling beragam dibandingkan variabel lainnya.

Limpahan Pengetahuan dari Luar Kampus

Tabel 1 Distribusi Frekuensi Limpahan Pengetahuan

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
10 – 23	Rendah	5	3,40%
24 – 36	Sedang	58	39,46%
37 – 50	Tinggi	84	57,14%
Jumlah		**147**	**100%**

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Berdasarkan Tabel 2, mayoritas responden memiliki tingkat limpahan pengetahuan pada kategori tinggi, yaitu sebesar 57,14%, diikuti oleh kategori sedang sebesar 39,46%, dan kategori rendah sebesar 3,40%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Pendidikan Ekonomi telah cukup aktif memperoleh dan memanfaatkan pengetahuan bisnis dari luar lingkungan perkuliahan. Hasil analisis deskriptif ini didukung oleh lima indikator dengan hasil sebagai berikut:

Akses terhadap Pengetahuan Eksternal

Tabel 2 Distribusi Frekuensi Akses terhadap Pengetahuan Eksternal

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
2 – 4	Rendah	2	1,36%
5 – 7	Sedang	51	34,69%
8 – 10	Tinggi	94	63,95%
Jumlah		**147**	**100%**

Sumber: Hasil Olahan Data 202

Berdasarkan Tabel 3, mayoritas responden berada pada kategori tinggi, yaitu sebesar 63,95%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden aktif mencari informasi bisnis melalui media digital dan sering memperoleh informasi bisnis di luar materi perkuliahan. Namun demikian, akses yang tinggi belum tentu diikuti oleh pemanfaatan yang tinggi, karena informasi yang diperoleh perlu dipahami dan diolah terlebih dahulu sebelum menjadi gagasan usaha.

Interaksi dengan Lingkungan Bisnis

Tabel 3 Distribusi Frekuensi Interaksi dengan Lingkungan Bisnis

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
2 – 4	Rendah	4	2,72%
5 – 7	Sedang	59	40,14%
8 – 10	Tinggi	84	57,14%
Jumlah		**147**	**100%**

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Berdasarkan Tabel 4, sebagian besar responden berada pada kategori tinggi sebesar 57,14%, sedangkan kategori sedang sebesar 40,14% dan kategori rendah sebesar 2,72%. Hasil ini menunjukkan bahwa responden cukup sering berdiskusi dengan teman dan keluarga yang menjadi pelaku usaha serta memperoleh inspirasi ide bisnis dari lingkungan di luar kampus. Lingkungan sosial responden, khususnya keluarga dan teman, berperan sebagai salah satu jalur masuknya pengetahuan bisnis.

Partisipasi dalam Kegiatan Eksternal

Tabel 4 Distribusi Frekuensi Partisipasi dalam Kegiatan Eksternal

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
2 – 4	Rendah	39	26,53%
5 – 7	Sedang	58	39,46%
8 – 10	Tinggi	50	34,01%
Jumlah		**147**	**100%**

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Hasil analisis deskriptif pada Tabel 5 menunjukkan bahwa responden tersebar pada kategori sedang (39,46%), diikuti kategori tinggi (34,01%) dan kategori rendah (26,53%). Pola tersebut memberikan gambaran bahwa keikutsertaan dalam seminar, pelatihan, maupun komunitas kewirausahaan di luar kampus belum menjadi kebiasaan seluruh responden. Responden lebih mudah memperoleh pengetahuan melalui media digital dibandingkan melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan eksternal.

Pemanfaatan Pengetahuan untuk Ide Baru

Tabel 5 Distribusi Frekuensi Pemanfaatan Pengetahuan untuk Ide Baru

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
2 – 4	Rendah	8	5,44%
5 – 7	Sedang	50	34,01%
8 – 10	Tinggi	89	60,54%
Jumlah		**147**	**100%**

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Berdasarkan Tabel 6, sebagian besar responden berada pada kategori tinggi, yaitu sebesar 60,54%. Kategori sedang sebesar 34,01% dan kategori rendah sebesar 5,44%. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa pengetahuan yang diperoleh dari luar kampus membantu mereka menghasilkan ide bisnis baru dan mampu menghubungkannya menjadi peluang usaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa bagi sebagian besar responden, pengetahuan dari luar kampus tidak hanya diterima, tetapi juga diolah menjadi gagasan usaha.

Kemampuan Mengadaptasi Pengetahuan

Tabel 6 Distribusi Frekuensi Kemampuan Mengadaptasi Pengetahuan

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
2 – 4	Rendah	5	3,40%
5 – 7	Sedang	55	37,41%
8 – 10	Tinggi	87	59,18%
Jumlah		**147**	**100%**

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Hasil analisis deskriptif pada Tabel 7 menunjukkan bahwa sebanyak 59,18% responden berada pada kategori tinggi, 37,41% pada kategori sedang, dan 3,40% pada kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mudah memahami, menyesuaikan, dan menerapkan informasi bisnis baru yang diperoleh dari luar kampus dalam pengembangan ide usaha.

Pengalaman Bisnis

Tabel 7 Distribusi Frekuensi Pengalaman Bisnis

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
10 – 23	Rendah	9	6,12%
24 – 36	Sedang	48	32,65%
37 – 50	Tinggi	90	61,22%
Jumlah		**147**	**100%**

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Berdasarkan Tabel 8, mayoritas responden memiliki tingkat pengalaman bisnis pada kategori tinggi sebesar 61,22%, diikuti kategori sedang sebesar 32,65% dan rendah sebesar 6,12%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Pendidikan Ekonomi telah memiliki pengalaman dalam dunia usaha, baik melalui pekerjaan, keterlibatan dalam usaha orang lain, maupun usaha sendiri. Hasil analisis deskriptif ini didukung oleh lima indikator dengan hasil sebagai berikut:

Pengalaman Kerja

Tabel 8 Distribusi Frekuensi Pengalaman Kerja

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
2 – 4	Rendah	21	14,29%
5 – 7	Sedang	47	31,97%
8 – 10	Tinggi	79	53,74%
Jumlah		**147**	**100%**

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Berdasarkan Tabel 9, mayoritas responden berada pada kategori tinggi sebesar 53,74%, diikuti kategori sedang sebesar 31,97% dan rendah sebesar 14,29%. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden pernah memiliki pengalaman kerja atau magang yang relevan dengan bisnis dan memperoleh pembelajaran bisnis dari pengalaman tersebut.

Keterlibatan dalam Kegiatan Usaha

Tabel 9 Distribusi Frekuensi Keterlibatan dalam Kegiatan Usaha

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
2 – 4	Rendah	11	7,48%
5 – 7	Sedang	38	25,85%
8 – 10	Tinggi	98	66,67%
Jumlah		**147**	**100%**

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Berdasarkan Tabel 10, mayoritas responden berada pada kategori tinggi, yaitu sebesar 66,67%, sedangkan kategori sedang sebesar 25,85% dan kategori rendah sebesar 7,48%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden pernah membantu kegiatan usaha milik orang lain, seperti melayani pelanggan, mengemas, atau menjual produk, serta pernah mengerjakan tugas operasional usaha sesuai arahan pemilik atau pengelola usaha. Temuan ini menggambarkan bahwa pengalaman responden di dunia usaha banyak diperoleh melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan operasional.

Pengalaman dalam Mengelola Bisnis

Tabel 10 Distribusi Frekuensi Pengalaman dalam Mengelola Bisnis

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
2 – 4	Rendah	29	19,73%
5 – 7	Sedang	29	19,73%
8 – 10	Tinggi	89	60,54%
Jumlah		**147**	**100%**

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Hasil analisis deskriptif pada Tabel 11 menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kategori tinggi sebesar 60,54%, sedangkan kategori sedang dan rendah masing-masing sebesar 19,73%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki dan menjalankan usaha sendiri serta pernah menghitung modal dan keuntungan usahanya.

Sikap

Tabel 11 Distribusi Frekuensi Sikap

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
2 – 4	Rendah	10	6,80%
5 – 7	Sedang	37	25,17%
8 – 10	Tinggi	100	68,03%
Jumlah		**147**	**100%**

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Berdasarkan Tabel 12, mayoritas responden berada pada kategori tinggi sebesar 68,03%, diikuti kategori sedang sebesar 25,17% dan rendah sebesar 6,80%. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden cenderung menganalisis penyebab hambatan usaha sebelum menentukan langkah berikutnya serta menjadikan pengalaman usaha sebelumnya sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan bisnis baru.

5) Intensitas Keterlibatan Kegiatan Bisnis

Tabel 12 Distribusi Frekuensi Intensitas Keterlibatan Kegiatan Bisnis

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
2 – 4	Rendah	21	14,29%
5 – 7	Sedang	61	41,50%
8 – 10	Tinggi	65	44,22%
Jumlah		**147**	**100%**

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Hasil analisis deskriptif pada Tabel 13 menunjukkan bahwa responden terbanyak berada pada kategori tinggi (44,22%), diikuti kategori sedang (41,50%) dan rendah (14,29%). Hal ini menunjukkan bahwa keikutsertaan responden dalam kegiatan kewirausahaan serta lamanya keterlibatan dalam usaha belum setinggi aspek pengalaman lainnya.

Keinovasian Ide

Tabel 13 Distribusi Frekuensi Keinovasian Ide

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
8 – 18	Rendah	5	3,40%
19 – 29	Sedang	56	38,10%
30 – 40	Tinggi	86	58,50%
Jumlah		**147**	**100%**

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Berdasarkan Tabel 14, mayoritas responden memiliki tingkat keinovasian ide pada kategori tinggi sebesar 58,50%, diikuti kategori sedang sebesar 38,10% dan rendah sebesar 3,40%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Pendidikan Ekonomi mampu menghasilkan ide usaha yang berbeda, mengembangkannya, serta menyesuaikan pendekatan ketika menghadapi masalah usaha. Hasil analisis deskriptif ini didukung oleh empat indikator dengan hasil sebagai berikut:

Orisinalitas Ide

Tabel 14 Distribusi Frekuensi Orisinalitas Ide

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
2 – 4	Rendah	3	2,04%
5 – 7	Sedang	70	47,62%
8 – 10	Tinggi	74	50,34%
Jumlah		**147**	**100%**

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Berdasarkan Tabel 15, mayoritas responden berada pada kategori tinggi (50,34%), diikuti kategori sedang (47,62%) dan rendah (2,04%). Hasil ini menunjukkan bahwa

sebagian responden mampu menghasilkan ide bisnis yang berbeda dan unik, tetapi hampir separuh responden lainnya masih berada pada tingkat sedang.

Kreativitas Terapan

Tabel 15 Distribusi Frekuensi Kreativitas Terapan

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
2 – 4	Rendah	4	2,72%
5 – 7	Sedang	65	44,22%
8 – 10	Tinggi	78	53,06%
Jumlah		**147**	**100%**

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Hasil analisis deskriptif pada Tabel 16 menunjukkan bahwa sebanyak 53,06% responden berada pada kategori tinggi, 44,22% pada kategori sedang, dan 2,72% pada kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden senang mencoba cara baru dalam mengatasi masalah usaha dan mampu mengembangkan ide sederhana menjadi ide yang lebih menarik.

Fleksibilitas Pendekatan

Tabel 16 Distribusi Frekuensi Fleksibilitas Pendekatan

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
2 – 4	Rendah	6	4,08%
5 – 7	Sedang	63	42,86%
8 – 10	Tinggi	78	53,06%
Jumlah		**147**	**100%**

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Berdasarkan Tabel 17, mayoritas responden berada pada kategori tinggi, yaitu sebesar 53,06%, sedangkan kategori sedang sebesar 42,86% dan kategori rendah sebesar 4,08%. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mencoba berbagai cara kreatif saat menyelesaikan masalah usaha dan dapat menyesuaikan cara berbisnis ketika keadaan berubah.

Kontribusi Kreatif

Tabel 17 Distribusi Frekuensi Kontribusi Kreatif

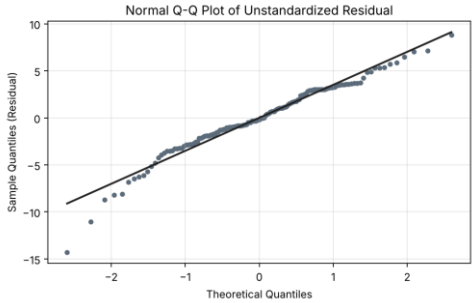
Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
2 – 4	Rendah	12	8,16%
5 – 7	Sedang	63	42,86%
8 – 10	Tinggi	72	48,98%
Jumlah		**147**	**100%**

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Hasil analisis deskriptif pada Tabel 18 menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kategori tinggi (48,98%), diikuti kategori sedang (42,86%) dan rendah (8,16%). Hal ini menunjukkan bahwa pengakuan dari lingkungan sekitar terhadap kreativitas dan penggunaan ide responden dalam proyek kelompok belum sekuat penilaian terhadap kemampuan diri sendiri. Dengan demikian, kontribusi kreatif menjadi aspek yang paling perlu diperkuat.

Analisis Statistik
Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian dilakukan melalui grafik Normal Q-Q Plot dan diperkuat dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Residual dikatakan berdistribusi normal apabila titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan nilai signifikansi ≥ 0,05. Hasil pengujian disajikan pada Gambar 1 dan Tabel 19.



Gambar 2 Normal Q-Q Plot Residual
Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Tabel 18 Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Unstandardized Residual
N	147
Test Statistic	0,065
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,186

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Berdasarkan Gambar 2, titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Hasil uji Kolmogorov-Smirnov pada Tabel 4.19 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,186 > 0,05. Dengan demikian, residual dalam model regresi berdistribusi normal sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 19 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Limpahan Pengetahuan (X1)	0,384	2,603
Pengalaman Bisnis (X2)	0,384	2,603

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Berdasarkan Tabel 20, variabel Limpahan Pengetahuan (X1) dan Pengalaman Bisnis (X2) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,384 dan VIF sebesar 2,603. Nilai tersebut

menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi, sehingga kedua variabel dapat digunakan untuk menjelaskan Keinovasian Ide.

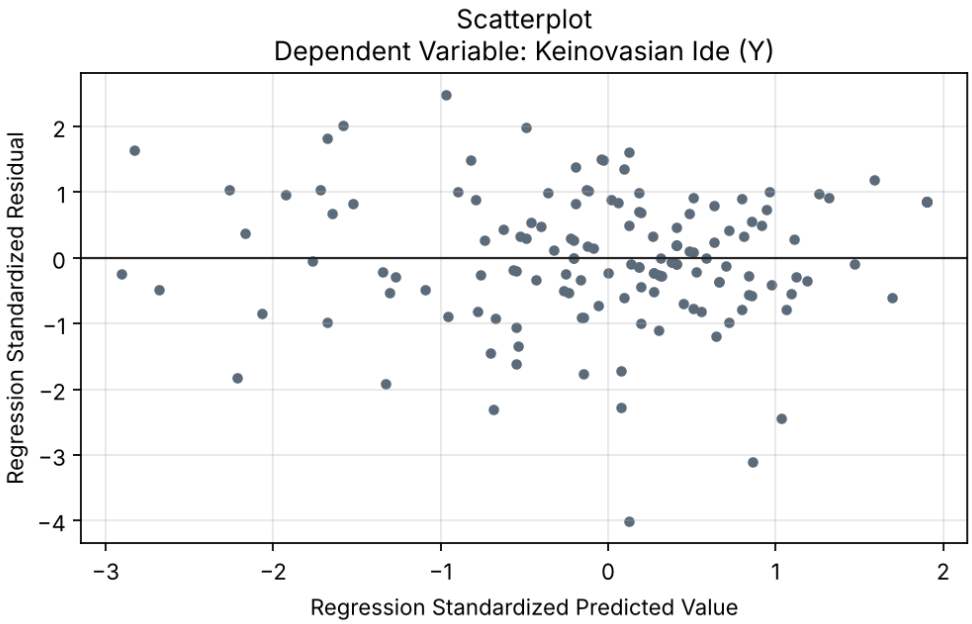
Uji Heteroskedastisitas

Tabel 20 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Model	B	Std. Error	t	Sig.
(Constant)	4,756	1,084	4,387	0,000
Limpahan Pengetahuan (X1)	-0,096	0,039	-2,443	0,016
Pengalaman Bisnis (X2)	0,041	0,029	1,382	0,169

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Berdasarkan Tabel 21, variabel Pengalaman Bisnis (X2) memiliki nilai signifikansi 0,169 > 0,05 sehingga tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, sedangkan Limpahan Pengetahuan (X1) memiliki nilai signifikansi 0,016 < 0,05 sehingga terdapat gejala heteroskedastisitas. Selain itu, uji *scatterplot* dilakukan dengan melihat penyebaran titik-titik di atas dan di bawah angka 0 tanpa membentuk pola tertentu untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Hasil *scatterplot* disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3 Scatterplot
Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Berdasarkan Gambar 3, titik-titik data menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, tetapi terdapat indikasi heteroskedastisitas ringan yang sejalan dengan hasil uji Glejser. Hasil pengecekan menggunakan standard error robust HC3 menunjukkan bahwa Limpahan Pengetahuan (t = 3,670; Sig. < 0,001) dan Pengalaman Bisnis (t = 2,139; Sig. 0,034) tetap berpengaruh signifikan terhadap Keinovasian Ide. Oleh karena itu, analisis regresi linear berganda tetap dapat dilanjutkan karena interpretasi signifikansi tidak berubah.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 21 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients (B)	Std. Error	Standardized Coefficients (Beta)	t	Sig.
(Constant)	8,805	1,707		5,158	0,000
Limpahan Pengetahuan (X1)	0,393	0,062	0,499	6,335	0,000
Pengalaman Bisnis (X2)	0,170	0,046	0,289	3,665	0,000

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Berdasarkan Tabel 22, persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 8{,}805 + 0{,}393X_1 + 0{,}170X_2 + e$$

Koefisien regresi Limpahan Pengetahuan sebesar 0,393 dan Pengalaman Bisnis sebesar 0,170 menunjukkan bahwa kedua variabel berpengaruh positif terhadap Keinovasian Ide. Berdasarkan nilai *standardized coefficients* (Beta), Limpahan Pengetahuan (0,499) memiliki pengaruh lebih dominan dibandingkan Pengalaman Bisnis (0,289).

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Tabel 22 Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keputusan
Limpahan Pengetahuan (X1)	6,335	1,977	0,000	H1 diterima
Pengalaman Bisnis (X2)	3,665	1,977	0,000	H2 diterima

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Berdasarkan Tabel 23, Limpahan Pengetahuan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 6,335 > t tabel 1,977 dan Sig. 0,000 < 0,05, sedangkan Pengalaman Bisnis (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 3,665 > t tabel 1,977 dan Sig. 0,000 < 0,05. Dengan demikian, kedua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keinovasian Ide Project Kewirausahaan. Hasil pengujian robust (HC3) juga menunjukkan bahwa kesimpulan uji t tidak berubah.

Uji F (Simultan)

Tabel 23 Hasil Uji F (ANOVA)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F hitung	F tabel	Sig.
Regression	2065,222	2	1032,611	81,609	3,06	0,000
Residual	1822,057	144	12,653			
Total	**3887,279**	**146**				

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Berdasarkan Tabel 24, diperoleh nilai F hitung sebesar 81,609 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,06 dengan nilai Sig. 0,000 < 0,05. Karena nilai F hitung lebih besar daripada F tabel (81,609 > 3,06) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), Hal ini menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan dan variabel Limpahan Pengetahuan (X1) dan Pengalaman Bisnis (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keinovasian Ide (Y).

Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Tabel 24 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,729	0,531	0,525	3,557

Sumber: Hasil Olahan Data 2026

Berdasarkan Tabel 25, nilai R sebesar 0,729 menunjukkan hubungan yang kuat antara Limpahan Pengetahuan dan Pengalaman Bisnis dengan Keinovasian Ide. Nilai R *Square* sebesar 0,531 berarti bahwa 53,1% variasi Keinovasian Ide dapat dijelaskan oleh Limpahan Pengetahuan (X1) dan Pengalaman Bisnis (X2), sedangkan sisanya sebesar 46,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai *Adjusted* R *Square* sebesar 0,525 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan sampel, kemampuan model tetap berada pada tingkat yang sama.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, limpahan pengetahuan dari luar kampus dan pengalaman bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinovasian ide project kewirausahaan pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau. Limpahan pengetahuan dari luar kampus memiliki pengaruh lebih dominan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,393, sedangkan pengalaman bisnis sebesar 0,170. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap keinovasian ide dengan nilai koefisien determinasi sebesar 53,1%. Hasil ini menunjukkan bahwa pengetahuan yang diperoleh dari lingkungan luar kampus dan pengalaman langsung dalam kegiatan bisnis merupakan faktor penting dalam membantu mahasiswa menghasilkan ide kewirausahaan yang inovatif.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa akses terhadap pengetahuan eksternal telah berjalan dengan baik, tetapi partisipasi mahasiswa dalam kegiatan eksternal masih perlu ditingkatkan. Begitu pula dengan pengalaman bisnis, mahasiswa telah memiliki sikap yang mendukung kegiatan kewirausahaan, tetapi intensitas keterlibatan dalam kegiatan bisnis belum sepenuhnya optimal. Oleh karena itu, peningkatan keinovasian ide dapat dilakukan melalui perluasan akses pengetahuan dari luar kampus, keterlibatan langsung dalam kegiatan eksternal, serta pengalaman bisnis yang lebih sering dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa limpahan pengetahuan dari luar kampus dan pengalaman bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinovasian ide project kewirausahaan pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau. Limpahan pengetahuan dari luar kampus memiliki pengaruh lebih dominan dibandingkan pengalaman bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa semakin luas pengetahuan yang diperoleh mahasiswa dari lingkungan luar kampus dan semakin tinggi pengalaman bisnis yang dimiliki, semakin tinggi pula keinovasian ide yang dihasilkan. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan dan mampu menjelaskan 53,1% variasi keinovasian ide, sedangkan 46,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Acs, Z. J., Braunerhjelm, P., Audretsch, D. B., & Carlsson, B. (2009). The Knowledge Spillover Theory Of Entrepreneurship. Small Business Economics, 32(1), 15–30. Https://Doi.Org/10.1007/S11187-008-9157-3

Arrow, K. J. (1962). The Economic Implications Of Learning By Doing. The Review Of Economic Studies, 29(3), 155–173. Https://Doi.Org/10.2307/2295952

Aryadisyawal, M., & Isfianadewi, D. (2024). Pengaruh Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha. Jurnal Manajemen Indonesia, 24(1), 45–56.

Audretsch, D. B. (2021). Entrepreneurship And Economic Growth. Small Business Economics, 56(2), 123–135.

Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2020). The Role Of Knowledge Spillovers In Entrepreneurship. Small Business Economics, 54(2), 347–360. Https://Doi.Org/10.1007/S11187-018-0017-5

Badan Pusat Statistik. (2025). Statistik Indonesia 2025. Https://Www.Bps.Go.Id

Desai, S., & Audretsch, D. B. (2021). Knowledge Spillovers And Entrepreneurship. Journal Of Economic Perspectives, 35(3), 123–148. Https://Doi.Org/10.1257/Jep.35.3.123

Drucker, P. F. (1985). Innovation And Entrepreneurship: Practice And Principles. Harper & Row.

Eling, K., Griffin, A., Langerak, F., & Paluch, S. (2021). Measuring Idea Innovativeness In New Product Development. Journal Of Product Innovation Management, 38(2), 195–214. Https://Doi.Org/10.1111/Jpim.12579

Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Riau. (T.T.). Profil FKIP UNRI. Https://Fkip.Unri.Ac.Id/Id/Profil

Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro.

Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., & Kraus, S. (2022). Entrepreneurship Research: Mapping Intellectual Structures And Research Trends. Journal Of Business Research, 140, 256–267. Https://Doi.Org/10.1016/J.Jbusres.2021.11.005

Fritsch, M. (2022). Knowledge Spillovers And Entrepreneurship. Regional Studies, 56(6), 987–999. Https://Doi.Org/10.1080/00343404.2021.1906262

Fröhlich, M., & Welpe, I. (2024). Self-Selection Into Entrepreneurship Education And Implications For Evaluation. Entrepreneurship Education And Pedagogy, 8(2). Https://Doi.Org/10.1177/25151274241247834

Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Global Entrepreneurship Monitor. (2023). Global Entrepreneurship Monitor Report 2022/2023. Https://Www.Gemconsortium.Org

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3rd Ed.). Sage Publications.

Harahap, M. (2024). Innovation And Competitive Advantage In Entrepreneurship. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 12(1), 45–58.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2018). Entrepreneurship (10th Ed.). Mcgraw-Hill Education.

Hossain, M., Islam, K. M. Z., Sayeed, M. A., & Kauranen, I. (2022). Innovation Processes In The Digital Economy. Technological Forecasting And Social Change, 174, 121–134. Https://Doi.Org/10.1016/J.Techfore.2021.121134

Kamaruddin. (2023). Entrepreneurial Experience And Business Performance. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia, 18(2), 101–115.

Kementerian Koperasi Dan UKM Republik Indonesia. (2023). Laporan Perkembangan UMKM 2023. Https://Www.Kemenkopukm.Go.Id

Khaerani, S., Rahmawati, D., & Putra, A. (2024). Pengaruh Lingkungan Terhadap Inovasi Mahasiswa. Jurnal Pendidikan Ekonomi, 12(1), 67–78.

Kirschning, S., & Mrożewski, M. (2023). Knowledge Spillovers And Entrepreneurial Innovation: A Systematic Review. International Entrepreneurship And Management Journal, 19(2), 567–589.

Kolb, D. A. (1984). Experiential Learning: Experience As The Source Of Learning And Development. Prentice Hall.

Kollmann, T. (2025). Digital Entrepreneurship And Business Model Innovation. International Journal Of Entrepreneurial Behavior & Research.

Lim, S., & Widjaja, O. (2023). Business Experience And Innovation Capability. Jurnal Manajemen Teknologi, 22(3), 210–225.

Manilang, J., Santos, R., & Cruz, P. (2024). Creativity And Innovation In Entrepreneurship. Journal Of Entrepreneurship Education, 27(1), 1–12.

Manzi Puertas, M. A. (2024). Innovation And Entrepreneurship In Emerging Economies. Journal Of Innovation Studies.

Marshall, A. (1890). Principles Of Economics. Macmillan.

Nambisan, S. (2017). Digital Entrepreneurship: Toward A Digital Technology Perspective. Entrepreneurship Theory And Practice, 44(3), 457–476. Https://Doi.Org/10.1177/1042258718820911

Novianty, R., & Handoyo, S. (2025). Pengaruh Inovasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. Jurnal Kewirausahaan Indonesia.

Prabuana Bekti, A., Sari, R., & Nugraha, D. (2024). Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Individu Dalam Organisasi. Jurnal Manajemen Indonesia, 25(1), 45–60.

Ramos-Rodriguez, A. R., Medina-Garrido, J. A., Lorenzo-Gomez, J. D., & Ruiz-Navarro, J. (2024). Social Networks And Opportunity Recognition. International Entrepreneurship And Management Journal. Https://Doi.Org/10.1007/S11365-023-00890-2

Romer, P. M. (1990). Endogenous Technological Change. Journal Of Political Economy, 98(5, Part 2), S71–S102. Https://Doi.Org/10.1086/261725

Sari, D., & Nugroho, R. (2023). Experiential Learning And Student Innovation. Jurnal Pendidikan Ekonomi, 11(2), 134–145.

Schumpeter, J. A. (1934). The Theory Of Economic Development. Harvard University Press.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods For Business: A Skill-Building Approach (7th Ed.). Wiley.

Setiawan, A., Pratama, R., & Nugraha, F. (2024). Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Usaha. Jurnal Manajemen Bisnis, 15(2), 89–102.

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta.

Suparno, H., Wijaya, D., & Saputra, R. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Mahasiswa. Jurnal Ekonomi Pendidikan, 13(1), 23–34.

Suryani, N., Lestari, D., & Putri, A. (2021). Pengaruh Pengalaman Terhadap Kemampuan Inovasi. Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan, 9(2), 145–156.

Twabu, T. (2025). Schumpeterian Entrepreneurship And Innovation Dynamics. Journal Of Economic Studies.

Ullah, S. (2023). Knowledge Spillover And Entrepreneurial Opportunity. Entrepreneurship Research Journal, 13(4), 567–582. Https://Doi.Org/10.1515/Erj-2022-0123

Wibowo, A. (2022). Manajemen Kewirausahaan Modern. Jurnal Manajemen Indonesia, 22(2), 101–110.

Wijaya, T., & Nuringsih, K. (2024). Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Kompetitif. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 18(1), 55–66.

Yang, X., Li, J., & Chen, Y. (2022). Knowledge Spillovers And Innovation Performance: Evidence From Emerging Economies. Journal Of Business Research, 145, 123–135.