



Peran *Growth Mindset* dalam Mengembangkan Kreativitas Bisnis Mahasiswa

Firda Az Zahra¹, Muhammad Revangga Danis Adila², Umayah Nur Ma'rifah³, Zahra Haya Mumtaza⁴, Ibrahim Al Hakim⁵

^{1,2,3,4}Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia

⁵Program Studi Bimbingan Konseling, Fakultas Pendidikan Ilmu dan Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia

E-mail: azzahrafirda027@student.upi.edu, muhammadrevangga1@student.upi.edu, umayaahnm12@student.upi.edu, zahrahayamumtaza@student.upi.edu, ibrahimalhakim@upi.edu

Article Info

Article history:

Received May 03, 2026

Revised May 28, 2026

Accepted May 29, 2026

Keywords:

Growth Mindset, Business Creativity, Student Entrepreneurship, Innovation, Entrepreneurship Education.

ABSTRACT

Students success in running a business is determined not only by capital and technical skills, but also by their mindset. This study aims to analyze the role of a growth mindset in developing students' business creativity. The study employs a qualitative approach through literature review and semi-structured interviews with three students from the Indonesia University of Education who are currently running businesses. Data were analyzed using thematic analysis by linking interview results and literature review findings. The results indicate that students with a growth mindset believe entrepreneurial abilities can be developed through learning and experience. They tend to view failure as a means of evaluation, are open to criticism, dare to try new strategies, and continuously learn to foster innovation. Furthermore, competitors' success is seen as motivation for growth, while resource constraints actually spur the creation of creative solutions. These findings suggest that business creativity is not an innate talent but a skill that can be developed through experience, learning, and the courage to act. Therefore, fostering a growth mindset should be an integral part of entrepreneurship education in higher education.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received May 03, 2026

Revised May 28, 2026

Accepted May 29, 2026

Keywords:

Growth Mindset, Kreativitas Bisnis, Kewirausahaan Mahasiswa, Inovasi, Pendidikan Kewirausahaan.

ABSTRACT

Keberhasilan mahasiswa dalam menjalankan usaha tidak hanya ditentukan oleh modal dan keterampilan teknis, tetapi juga oleh pola pikir yang dimiliki. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran *growth mindset* dalam mengembangkan kreativitas bisnis mahasiswa. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi kepustakaan dan wawancara semi-terstruktur terhadap tiga mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia yang sedang menjalankan usaha. Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik dengan menghubungkan hasil wawancara dan kajian literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki *growth mindset* meyakini kemampuan berwirausaha dapat dikembangkan melalui proses belajar dan pengalaman. Mereka cenderung menjadikan kegagalan sebagai sarana evaluasi, terbuka terhadap kritik, berani mencoba strategi baru, serta terus belajar untuk menciptakan inovasi. Selain itu, keberhasilan kompetitor dipandang sebagai motivasi untuk berkembang, sedangkan keterbatasan sumber daya justru mendorong munculnya solusi yang kreatif. Temuan ini menunjukkan bahwa kreativitas bisnis bukan merupakan bakat bawaan, melainkan



kemampuan yang dapat dibangun melalui pengalaman, pembelajaran, dan keberanian untuk bertindak. Oleh karena itu, penguatan *growth mindset* perlu menjadi bagian penting dalam pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Firda Az Zahra
Universitas Pendidikan Indonesia
Email: azzahrafirda027@student.upi.edu

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi kreatif yang semakin pesat menuntut hadirnya sumber daya manusia yang tidak hanya memiliki pengetahuan teoritis, tetapi juga mampu berpikir inovatif dan menciptakan peluang usaha baru (Farida & Prabowo, 2024). Mahasiswa sebagai generasi muda yang akan berperan dalam pembangunan ekonomi perlu memiliki kemampuan untuk mengembangkan kreativitas bisnis agar mampu bersaing di dunia kerja maupun dunia usaha. Namun, tantangan yang sering dihadapi bukan hanya berkaitan dengan keterampilan teknis atau keterbatasan modal, melainkan juga pola pikir yang masih dipenuhi rasa takut gagal dan keraguan terhadap kemampuan diri sendiri. Oleh karena itu, *growth mindset* menjadi salah satu aspek penting yang dapat membantu mahasiswa mengembangkan potensi dan kreativitas dalam bidang bisnis (Adiyatma, Suri, Hasanati, & Djudiyah, 2026).

Growth mindset (pola pikir bertumbuh) merupakan konsep yang diperkenalkan oleh Carol Dweck yang menjelaskan bahwa kemampuan, kecerdasan, dan keterampilan seseorang dapat terus berkembang melalui proses belajar, usaha yang konsisten, serta pengalaman. Konsep ini berbeda dengan *fixed mindset* yang memandang kemampuan sebagai sesuatu yang bersifat tetap dan sulit diubah. Individu yang memiliki *growth mindset* cenderung lebih siap menghadapi tantangan, tidak mudah menyerah ketika mengalami kegagalan, serta melihat hambatan sebagai peluang untuk belajar dan berkembang (Hanafi, 2026). Karakteristik tersebut sangat relevan dengan dunia kewirausahaan yang identik dengan ketidakpastian, persaingan, dan berbagai risiko dalam menjalankan usaha (Noegroho, Yusuf, Farkhah, & Septian B, 2024).

Dalam bidang kewirausahaan, pola pikir berkembang memiliki peran penting dalam mendorong lahirnya ide-ide kreatif dan inovatif. Individu yang percaya bahwa kemampuannya dapat terus ditingkatkan umumnya lebih berani mencoba hal baru, mencari solusi atas permasalahan yang dihadapi, serta lebih terbuka terhadap kritik dan masukan. Penelitian yang dilakukan oleh Ihsan et al. (2024) menunjukkan bahwa *growth mindset* berkontribusi terhadap pengembangan usaha, terutama ketika didukung oleh lingkungan sosial yang positif. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa keyakinan terhadap kemampuan diri yang dapat berkembang mampu mendorong individu untuk meningkatkan kualitas usaha yang dijalankan.

Selain itu, Ariella et al. (2023) menemukan bahwa entrepreneurial mindset dan kreativitas berpengaruh terhadap niat berwirausaha melalui peran entrepreneurial *self-efficacy*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki pola pikir berkembang cenderung lebih percaya diri dalam mengembangkan ide bisnis dan mengubah ide tersebut menjadi peluang usaha yang nyata. Kepercayaan diri yang tinggi dalam kemampuan berwirausaha akan memperkuat motivasi mahasiswa untuk berinovasi dan menciptakan nilai tambah melalui aktivitas bisnis.



Peran *growth mindset* dalam mengembangkan kreativitas juga terlihat pada kemampuan mahasiswa dalam menyelesaikan masalah secara kreatif. Stolz et al. (2022) menjelaskan bahwa pengalaman belajar yang menekankan pemecahan masalah kreatif dapat meningkatkan keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan kreatif yang dimiliki. Ketika mahasiswa memiliki keyakinan bahwa keterampilan dapat dikembangkan melalui latihan dan pengalaman, mereka akan lebih berani mengeksplorasi berbagai alternatif solusi serta menghasilkan gagasan yang inovatif.

Menurut Nurfaizal dan Barros (2025), menyatakan *growth mindset* memiliki hubungan yang erat dengan perilaku kreatif. Pengaruh tersebut diperkuat oleh *creative self-efficacy* sebagai faktor yang menjembatani hubungan antara pola pikir berkembang dan kreativitas. Selain itu, konteks budaya juga mempengaruhi bagaimana *growth mindset* mendorong munculnya perilaku kreatif. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan kreativitas tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal individu, tetapi juga oleh lingkungan sosial dan budaya yang melingkupinya.

Di lingkungan perguruan tinggi, pengembangan *growth mindset* dapat dilakukan melalui berbagai metode pembelajaran yang mendorong mahasiswa untuk aktif bereksplorasi, memecahkan permasalahan, serta belajar dari pengalaman yang diperoleh selama proses pendidikan. Pola pikir berkembang memiliki keterkaitan dengan meningkatnya kepercayaan diri, motivasi berwirausaha, dan kemampuan mahasiswa dalam melihat peluang bisnis. Pengaruh tersebut akan semakin kuat apabila didukung oleh pendidikan kewirausahaan yang efektif, lingkungan belajar yang kondusif, serta berbagai program yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan potensi dan kreativitasnya. Dengan adanya dukungan tersebut, mahasiswa diharapkan mampu membangun sikap inovatif, adaptif, dan berani menghadapi tantangan dalam dunia usaha.

Perubahan paradigma pendidikan kewirausahaan yang semakin menekankan pembelajaran berbasis pengalaman juga memperkuat pentingnya pengembangan *growth mindset*. Kegiatan seperti *project-based learning*, simulasi bisnis, praktik kewirausahaan, serta pendampingan oleh pelaku usaha dapat membantu mahasiswa membangun keberanian untuk berinovasi dan menghadapi risiko. Melalui pengalaman tersebut, mahasiswa tidak hanya memperoleh pengetahuan tentang bisnis, tetapi juga membentuk pola pikir yang mendukung kreativitas dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penulisan artikel ini adalah untuk mengkaji hubungan antara *growth mindset* dan kreativitas bisnis mahasiswa, mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat memperkuat hubungan tersebut, seperti efikasi diri kreatif dan dukungan sosial, serta menjelaskan implikasi pengembangan *growth mindset* dalam pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi. Diharapkan artikel ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya *growth mindset* dalam mendorong kreativitas bisnis mahasiswa sekaligus menjadi bahan pertimbangan dalam penyusunan strategi pembelajaran kewirausahaan yang lebih efektif.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini mengkaji peran *growth mindset* dalam meningkatkan kreativitas bisnis mahasiswa. Untuk memberikan dasar teori yang kuat, tinjauan pustaka ini membahas beberapa aspek utama, yaitu konsep *growth mindset*, kreativitas bisnis mahasiswa, hubungan antara keduanya, faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan tersebut, penelitian-penelitian terdahulu yang relevan, serta kerangka berpikir penelitian.



A. Konsep *Growth Mindset*

Konsep *growth mindset* pertama kali diperkenalkan secara sistematis oleh Carol Dweck dalam bukunya *Mindset: The New Psychology of Success* (2006). Dalam konsep ini, Dweck membedakan dua jenis pola pikir utama terkait kemampuan manusia, yaitu *fixed mindset* dan *growth mindset*. Individu dengan *fixed mindset* meyakini bahwa kecerdasan, bakat, dan kemampuan merupakan sesuatu yang sudah ditentukan sejak lahir dan sulit untuk berubah meskipun telah melalui berbagai usaha. Sebaliknya, individu dengan *growth mindset* meyakini bahwa kemampuan dapat terus berkembang melalui proses belajar, latihan yang konsisten, strategi yang tepat, serta ketekunan dalam menghadapi tantangan.

Individu yang memiliki *growth mindset* umumnya menunjukkan karakteristik seperti melihat tantangan sebagai peluang untuk berkembang, menjadikan kegagalan sebagai bagian dari proses pembelajaran, tidak mudah menyerah ketika menghadapi hambatan, serta memandang kritik maupun keberhasilan orang lain sebagai motivasi untuk berkembang. Karakteristik tersebut sangat relevan dalam dunia kewirausahaan yang penuh dengan ketidakpastian, persaingan, serta risiko dalam pengambilan keputusan bisnis.

Dalam konteks mahasiswa, *growth mindset* berperan sebagai fondasi psikologis yang membantu mereka untuk lebih siap menghadapi berbagai tantangan akademik maupun non-akademik. Mahasiswa dengan pola pikir ini cenderung lebih tahan terhadap kegagalan, lebih terbuka terhadap proses belajar, dan lebih aktif dalam mengembangkan potensi diri, termasuk dalam bidang kewirausahaan.

B. Kreativitas Bisnis Mahasiswa

Kreativitas bisnis mahasiswa dapat dipahami sebagai kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru yang bersifat inovatif serta memiliki nilai ekonomi yang dapat dikembangkan menjadi produk atau layanan. Berbeda dengan kreativitas umum yang hanya menekankan aspek kebaruan, kreativitas bisnis juga menekankan aspek kebermanfaatan dan kelayakan di pasar.

Dalam praktiknya, kreativitas bisnis mahasiswa dapat terlihat melalui berbagai aktivitas seperti pengembangan *startup* di lingkungan kampus, partisipasi dalam kompetisi bisnis, usaha rintisan yang dijalankan selama masa studi, serta inovasi dalam produk, layanan, maupun strategi pemasaran. Kreativitas ini menjadi salah satu modal penting bagi mahasiswa dalam menciptakan peluang usaha di tengah keterbatasan yang mereka hadapi.

Kreativitas bisnis dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Faktor internal mencakup pengetahuan, motivasi, kepercayaan terhadap kemampuan kreatif, serta pola pikir individu. Sementara itu, faktor eksternal meliputi dukungan lingkungan, peran dosen, akses terhadap sumber daya, serta keberadaan role model dalam dunia usaha. Di antara berbagai faktor tersebut, pola pikir dipandang sebagai elemen yang sangat penting karena menentukan cara individu dalam merespons tantangan dan mengembangkan ide bisnis.

C. Hubungan *Growth Mindset* dengan Kreativitas Bisnis

Growth mindset memiliki keterkaitan yang erat dengan perkembangan kreativitas bisnis mahasiswa. Individu yang meyakini bahwa kemampuan dapat dikembangkan cenderung lebih berani mencoba hal-hal baru, lebih terbuka dalam mencari solusi, serta lebih siap menerima masukan dan kritik. Kondisi ini mendorong munculnya ide-ide kreatif dalam kegiatan kewirausahaan. Beberapa kajian menunjukkan bahwa pola pikir berkembang berkontribusi terhadap peningkatan pengembangan usaha, terutama ketika didukung oleh lingkungan sosial yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa keyakinan terhadap kemampuan diri tidak hanya berdampak pada aspek psikologis, tetapi juga dapat mempengaruhi perkembangan usaha secara nyata.



Selain itu, terdapat hubungan antara pola pikir kewirausahaan, kreativitas, dan keyakinan diri dalam berwirausaha yang menunjukkan bahwa individu dengan pola pikir berkembang cenderung lebih percaya diri dalam mengembangkan ide bisnis. Kepercayaan diri tersebut mendorong mereka untuk mengubah ide menjadi peluang usaha yang nyata serta meningkatkan motivasi untuk berinovasi. Peran *growth mindset* juga terlihat dalam kemampuan pemecahan masalah secara kreatif. Pengalaman belajar yang menekankan eksplorasi solusi alternatif dapat meningkatkan keyakinan individu terhadap kemampuan kreatif yang dimiliki. Ketika seseorang percaya bahwa kemampuan dapat diasah melalui latihan dan pengalaman, maka ia akan lebih berani mencoba pendekatan baru dalam menyelesaikan masalah bisnis. Secara keseluruhan, *growth mindset* dapat dipahami sebagai faktor yang mendorong individu untuk terus belajar, tidak mudah menyerah, berani mengambil resiko, dan terbuka terhadap pengalaman baru, yang semuanya merupakan elemen penting dalam pengembangan kreativitas bisnis.

D. Faktor yang Memperkuat Hubungan Growth Mindset dan Kreativitas Bisnis

Hubungan antara *growth mindset* dan kreativitas bisnis tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh beberapa faktor pendukung yang dapat memperkuat maupun melemahkannya. Salah satu faktor penting adalah efikasi diri kreatif, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk menghasilkan ide-ide kreatif. Individu dengan *growth mindset* cenderung memiliki tingkat efikasi diri kreatif yang lebih tinggi, sehingga lebih percaya diri dalam mengembangkan inovasi bisnis. Selain itu, dukungan sosial dari lingkungan sekitar seperti keluarga, teman, dosen, maupun komunitas juga memiliki peran penting. Dukungan ini dapat berupa dorongan moral, bantuan sumber daya, maupun jaringan yang membantu pengembangan usaha. Lingkungan yang suportif dapat memperkuat keyakinan individu dalam mengembangkan kreativitas bisnis. Dalam konteks mahasiswa wirausahawan, dukungan lingkungan ini juga mencakup bagaimana mereka secara mandiri mengelola keterbatasan waktu akademik serta tekanan kompetisi pasar menjadi stimulus untuk berinovasi.

Faktor lainnya adalah konteks budaya yang mempengaruhi cara individu mengekspresikan kreativitas. Dalam budaya yang lebih individualistis, kreativitas cenderung diekspresikan secara mandiri, sedangkan dalam budaya kolektivistis, kreativitas lebih sering muncul melalui kolaborasi. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *growth mindset* terhadap kreativitas tidak terlepas dari lingkungan sosial dan budaya yang melingkupinya.

E. Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *growth mindset* memiliki hubungan yang erat dengan inovasi, kreativitas, dan kewirausahaan. Beberapa studi menemukan bahwa individu dengan pola pikir berkembang lebih mampu menghasilkan ide-ide inovatif dibandingkan dengan individu yang memiliki pola pikir tetap. Selain itu, terdapat temuan bahwa keyakinan terhadap kemampuan kreatif yang dapat berkembang berkontribusi terhadap keberhasilan dalam berwirausaha. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa pola pikir berkembang berpengaruh terhadap perilaku kewirausahaan mahasiswa, termasuk dalam konteks digital dan internet. Selain itu, kreativitas dan pola pikir kewirausahaan juga terbukti berperan dalam membentuk niat berwirausaha melalui peningkatan keyakinan diri dalam berwirausaha.

Studi mengenai pemecahan masalah kreatif juga menunjukkan bahwa proses pembelajaran berbasis pengalaman dapat meningkatkan keyakinan individu terhadap kemampuan kreatifnya. Sementara itu, penelitian lain mengungkapkan bahwa *growth mindset* berpengaruh terhadap perilaku kreatif, dengan efikasi diri kreatif sebagai faktor perantara serta konteks budaya sebagai faktor yang mempengaruhi hubungan tersebut.



Secara umum, berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa meskipun hubungan antara *growth mindset* dan kewirausahaan telah banyak dikaji, masih diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai bagaimana proses *growth mindset* mempengaruhi perkembangan kreativitas bisnis mahasiswa secara langsung, khususnya dalam konteks pengalaman nyata mahasiswa sebagai pelaku usaha dalam mengubah hambatan operasional dan kritik pelanggan menjadi stimulus kreativitas bisnis secara langsung.

F. Kerangka Berpikir

Berdasarkan kajian teori yang telah dijelaskan, *growth mindset* dipandang sebagai faktor utama yang mempengaruhi perkembangan kreativitas bisnis mahasiswa. Pola pikir ini mendorong individu untuk terus belajar, menghadapi kegagalan secara positif, menerima kritik dengan terbuka, serta berani mencoba berbagai strategi baru dalam kegiatan bisnis.

Pengaruh tersebut tidak terjadi secara langsung semata, tetapi juga dipengaruhi oleh beberapa faktor pendukung seperti efikasi diri kreatif, dukungan sosial, dan konteks budaya. Efikasi diri kreatif berperan sebagai mekanisme psikologis yang memperkuat keyakinan individu dalam menghasilkan ide-ide kreatif, sedangkan dukungan sosial dan budaya berperan sebagai lingkungan yang dapat memperkuat atau melemahkan proses tersebut. Secara keseluruhan, *growth mindset* diposisikan sebagai fondasi yang mendorong munculnya kreativitas bisnis mahasiswa, yang kemudian diperkuat oleh faktor internal dan eksternal sehingga menghasilkan perilaku inovatif dalam dunia kewirausahaan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai peran *growth mindset* dalam mengembangkan kreativitas bisnis mahasiswa. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman, pandangan, dan proses berpikir individu secara lebih rinci dalam konteks kewirausahaan. Penelitian ini mengkombinasikan dua sumber data, yaitu studi kepustakaan (*library research*) dan wawancara semi-terstruktur. Studi kepustakaan digunakan untuk memperoleh landasan teoritis dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *growth mindset*, kreativitas bisnis, dan kewirausahaan mahasiswa, sedangkan wawancara dilakukan untuk memperoleh data empiris yang dapat memperkuat hasil kajian literatur.

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai artikel jurnal ilmiah, buku, dan sumber akademik lain yang relevan dengan topik penelitian. Literatur dipilih berdasarkan kesesuaiannya dengan fokus penelitian, yaitu hubungan antara *growth mindset* dan kreativitas bisnis mahasiswa. Sumber-sumber tersebut kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi konsep, teori, dan hasil penelitian yang dapat digunakan sebagai dasar dalam memahami fenomena yang diteliti.

Selain studi kepustakaan, penelitian ini juga menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur terhadap tiga mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) yang sedang menjalankan bisnis. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Pendidikan Indonesia yang sedang menjalankan usaha atau bisnis secara mandiri dan memiliki pengalaman dalam mengelola usahanya selama masa perkuliahan.

Wawancara dilakukan secara langsung maupun melalui media komunikasi daring sesuai dengan ketersediaan informan. Wawancara bersifat semi-terstruktur sehingga peneliti memiliki pedoman pertanyaan, namun tetap memberikan kesempatan kepada informan untuk



menjelaskan pengalaman dan pandangannya secara lebih luas. Pertanyaan wawancara difokuskan pada pandangan informan mengenai kemampuan berbisnis dan kreativitas, pengalaman menghadapi kegagalan, keterbukaan terhadap kritik dan masukan, keberanian dalam mencoba strategi baru, proses belajar dan inovasi, cara memandang keberhasilan kompetitor, pengalaman menciptakan inovasi bisnis, kemampuan mengatasi keterbatasan sumber daya, pengaruh pola pikir terhadap kreativitas bisnis, serta pandangan mereka mengenai pentingnya pola pikir berkembang bagi mahasiswa yang ingin memulai usaha.

Data yang diperoleh dari studi kepustakaan dan hasil wawancara kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Analisis dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu pengumpulan data, reduksi data, pengelompokan data berdasarkan tema-tema yang relevan, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, informasi yang tidak berkaitan dengan fokus penelitian disisihkan, sedangkan informasi yang relevan dikategorikan ke dalam tema-tema seperti pandangan terhadap kemampuan, tantangan dan kegagalan sebagai stimulus inovasi, kreativitas dalam berwirausaha, dan pengaruh *growth mindset* terhadap pengembangan bisnis. Selanjutnya, data yang telah dikelompokkan dianalisis dan diinterpretasikan dengan menghubungkannya pada teori dan hasil penelitian yang telah dikaji melalui studi literatur.

Pedoman wawancara mencakup 10 dimensi utama, yaitu: (1) pandangan terhadap kemampuan berbisnis; (2) pengalaman menghadapi kegagalan; (3) keterbukaan terhadap kritik; (4) keberanian bereksperimen; (5) proses belajar dan inovasi; (6) pandangan terhadap kompetitor; (7) inovasi yang pernah diterapkan; (8) cara mengatasi keterbatasan; (9) pengaruh pola pikir terhadap kreativitas; dan (10) pesan untuk mahasiswa lain.

Untuk meningkatkan keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara dari ketiga informan serta mengaitkannya dengan berbagai temuan yang diperoleh dari literatur ilmiah. Melalui proses tersebut, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana *growth mindset* berperan dalam mendorong kreativitas bisnis mahasiswa. Hasil analisis kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang mengintegrasikan temuan wawancara dengan kajian teoritis sehingga mampu memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai fenomena yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *growth mindset* dalam mengembangkan kreativitas bisnis mahasiswa. Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga mahasiswa wirausaha (Narasumber 1, Narasumber 2, dan Narasumber 3) serta dikaitkan dengan kajian pustaka dari berbagai jurnal ilmiah yang relevan, ditemukan beberapa tema utama yang mengkonfirmasi serta memperkaya pemahaman teoritis mengenai hubungan antara *growth mindset* dan kreativitas bisnis. Pembahasan berikut disusun secara tematik berdasarkan sepuluh pertanyaan wawancara yang telah diajukan.

1. Pandangan terhadap Kemampuan Bisnis dan Kreativitas: Bukan Bakat Mutlak, Melainkan Hasil Belajar

Ketiga narasumber menyampaikan pandangan bahwa kemampuan berbisnis dan kreativitas bukan semata-mata bakat lahir, melainkan sesuatu yang dapat dipelajari dan diasah melalui proses yang berkelanjutan. Narasumber 1 menyatakan, “sebenarnya ini tuh bisa juga dibentuk dengan cara aktivitas ataupun hobi yang kita lakukan... enggak semuanya, oh dia enggak bisa berarti enggak bisa apa ya, enggak kreatif, enggak. Bisa asalkan dia mau berlatih dan mau belajar” Pernyataan ini menunjukkan bahwa Narasumber 1 meyakini kreativitas dan



kemampuan bisnis merupakan hasil dari latihan dan usaha, bukan faktor bawaan yang bersifat tetap. Narasumber 2 memperkuat pandangan tersebut dengan mengatakan, “kemampuan itu sendiri tuh harus tetap bisa diasah... muncul dari proses belajar, mencoba sama menghadapi masalah secara nyata”. Narasumber 2 menekankan bahwa pengalaman nyata dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis menjadi media belajar yang paling efektif. Sementara itu, Narasumber 3 menyatakan bahwa “kreativitas itu bukan bakat dari lahir, tapi kita sendiri yang harus mengembangkan”. Kesamaan pandangan dari ketiga narasumber ini menunjukkan bahwa mereka memiliki keyakinan fundamental yang sesuai dengan konsep *growth mindset*.

Temuan ini sejalan dengan konsep *growth mindset* yang diperkenalkan oleh Carol Dweck (2006) yang menyatakan bahwa individu dengan pola pikir berkembang meyakini bahwa kecerdasan, bakat, dan kemampuan dapat terus berkembang melalui proses belajar, latihan yang konsisten, strategi yang tepat, serta ketekunan dalam menghadapi tantangan. Dalam konteks kewirausahaan, perspektif ini sangat fundamental karena mendorong individu untuk tidak cepat menyerah ketika menghadapi kesulitan dan terus berusaha mengasah kompetensinya (Hanafi, 2026). Penelitian oleh Farida dan Prabowo (2024) juga menegaskan bahwa mahasiswa yang memiliki keyakinan bahwa kreativitas dapat dipelajari cenderung lebih siap menghadapi tantangan dalam dunia usaha.

Lebih lanjut, penelitian oleh Artha dan Wahyudi (2025) menunjukkan bahwa *creative mindset* yang didefinisikan sebagai keyakinan terkait kreativitas alami, terutama keyakinan tentang *fixed versus growth mindset* berpengaruh terhadap kesuksesan entrepreneur. Individu yang menganggap kreativitas sebagai sesuatu yang dapat berkembang akan meningkatkan kemungkinan keterlibatan dalam tugas-tugas kreatif dan menghasilkan solusi inovatif. Temuan ini memperkuat pernyataan Narasumber 1 bahwa kreativitas dapat dibentuk melalui aktivitas dan hobi yang dilakukan. Dengan demikian, keyakinan bahwa kreativitas dapat dipelajari merupakan pondasi utama bagi munculnya perilaku inovatif dalam berbisnis.

2. Respon terhadap Kegagalan: Sebagai Stimulus untuk Belajar dan Beradaptasi

Pengalaman kegagalan menjadi momen krusial yang secara jelas menunjukkan ada tidaknya *growth mindset* dalam diri seorang wirausahawan. Narasumber 1 menceritakan pengalaman ketika ide bisnisnya bersama tim bernama Ecoolova ditolak karena dianggap terlalu monoton dan kurang spesifik. Ia mengungkapkan, “jujur kalau pertama kali kayak merasa aduh murung gitu ya kita udah capek-capek nyari ide terus modifikasi segala macam, inovasi gitu ya tapi enggak diterima”. Namun, ia tidak berputus asa pada rasa kecewa yang berkepanjangan. Ia memilih untuk mencari lingkungan yang lebih mendukung dan terus mengembangkan *unique selling point* dari bisnisnya. Ia menyatakan, “kuncinya yaudah percaya diri aja... kita bisa evaluasi di akhirnya”.

Narasumber 2 mengakui pernah mengalami kegagalan ketika menjual produk Mochi Bites saat masih di SMK. Produk tersebut gagal karena teksturnya yang lengket sehingga membuat konsumen enggan membeli ulang. Meskipun demikian, Narasumber 2 justru menjadikan kegagalan tersebut sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki segmentasi pasar dan kualitas produk di masa mendatang. Narasumber 2 menyatakan, “kegagalan itu jangan dijadikan alasan buat kita itu kayak ngerasa menyerah... justru kita evaluasi hal tersebut untuk kita bisa jadikan pembelajaran”. Sementara itu, Narasumber 3 mengakui bahwa secara pribadi ia belum pernah merasakan kegagalan dalam bisnis donatnya. Namun, ia tetap terbuka terhadap kemungkinan kegagalan dan menyatakan kesiapannya untuk melakukan evaluasi apabila hal tersebut terjadi di kemudian hari.

Temuan ini memperkuat hasil penelitian Ihsan et al. (2024) bahwa *growth mindset* berkontribusi terhadap pengembangan usaha, terutama ketika didukung oleh lingkungan sosial



yang positif. Individu dengan *growth mindset* tidak memandang kegagalan sebagai akhir dari segalanya, melainkan sebagai feedback yang berharga untuk memperbaiki strategi ke depan (Noegroho, Yusuf, Farkhah, & Septian B, 2024). Penelitian oleh Adiyatma, Suri, Hasanati, dan Djudiyah (2026) juga menunjukkan bahwa penguatan *growth mindset* melalui intervensi pelatihan dan pendampingan efektif dalam meningkatkan *entrepreneurial self-efficacy* dan *community growth mindset*. Kemampuan untuk melakukan *reframe* terhadap kegagalan mengubahnya dari ancaman menjadi pelajaran merupakan ciri khas wirausahawan yang resilien dan adaptif. Dalam konteks mahasiswa, kemampuan ini menjadi semakin penting karena mereka seringkali menghadapi keterbatasan pengalaman dan sumber daya.

3. Keterbukaan terhadap Kritik: Dari Ancaman Menjadi Peluang Inovasi

Kritik dan masukan negatif dari pelanggan seringkali menjadi momok yang menakutkan bagi para pebisnis pemula. Namun, ketiga narasumber dalam penelitian ini menunjukkan sikap yang terbuka dan konstruktif terhadap kritik. Narasumber 1 menjelaskan, “ada yang ngejutuhin tuh *nge-push* diri kita untuk oh kita sebenarnya masih bisa kok... kita cari celah gapnya dimana, nah kita kembangin lagi lewat inovasi”. Ia mengakui bahwa kritik negatif yang bersifat menjatuhkan sekalipun dapat menjadi pendorong untuk introspeksi dan perbaikan. Narasumber 1 menambahkan bahwa dari kritik tersebut, timnya bisa menemukan celah kelemahan produk, lalu mengembangkannya menjadi inovasi baru.

Narasumber 2 menekankan aspek profesionalisme dalam menyikapi kritik. Ia menyatakan, “kritik atau masukannya itu kurang menyenangkan buat saya... tapi saya jadikan hal tersebut menjadi bahan evaluasi dan pembelajaran saya agar hal tersebut tidak terulang lagi”. Narasumber 2 menyadari bahwa pelanggan adalah pihak yang harus dilayani dengan baik, terlepas dari apakah masukan yang diberikan bersifat membangun atau tidak. Sikap profesional ini menunjukkan kedewasaan dalam berwirausaha. Narasumber 3 juga mengaku sebagai pribadi yang terbuka, sehingga ia selalu siap menerima saran atau kritik yang disampaikan orang lain. Baginya, kritik merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari proses pengembangan bisnis.

Hasil wawancara ini mendukung temuan Nurfaizal dan Barros (2025) yang menyatakan bahwa *growth mindset* memiliki hubungan yang erat dengan perilaku kreatif, dengan *creative self-efficacy* sebagai faktor yang menjembatani hubungan antara pola pikir berkembang dan kreativitas. Individu yang yakin bahwa kemampuannya dapat terus berkembang cenderung tidak merasa terancam oleh kritik. Sebaliknya, mereka justru menggunakannya sebagai data berharga untuk melakukan inovasi. Penelitian oleh Puspitasari, Gunawan, dan Dwijyanthy (2024) juga menegaskan bahwa *growth mindset* berperan dalam meningkatkan *career adaptability*, termasuk kemampuan menerima dan memanfaatkan umpan balik untuk pengembangan diri. Dalam perspektif psikologi positif, keterbukaan terhadap kritik merupakan wujud nyata dari *learning orientation* sebuah orientasi yang menekankan proses belajar daripada sekadar membuktikan kemampuan.

4. Keberanian Bereksperimen: Mengambil Risiko sebagai Langkah Awal Perubahan

Keberanian untuk mencoba strategi baru, meskipun terasa asing dan penuh risiko, merupakan manifestasi nyata dari *growth mindset* dalam tindakan. Narasumber 1 menyatakan, “kalo kita gak ngambil resiko, kita gak bakal kemana-mana... kita bakal *stuck-stuck* disitu aja dan gak ada perubahan apapun”. Pernyataan ini mencerminkan pemahaman bahwa dalam berwirausaha, stagnasi adalah musuh terbesar. Narasumber 1 lebih memilih untuk mengambil risiko, mencoba hal-hal baru, dan jika belum berhasil, menjadikannya sebagai titik tolak untuk evaluasi. Ia menambahkan, “daripada kita gak coba apa-apa, kita gak ambil resikonya, kita gak



kemana-mana... mending disitu kita ambil dulu resikonya dan kita bisa evaluasi gitu di akhirnya”.

Narasumber 2 mengaku pernah mencoba strategi bisnis yang sangat asing ketika memutuskan untuk menjual Mochi Bites yang saat itu sedang viral. Keberaniannya didorong oleh “rasa penasaran yang tinggi”. Meskipun pada akhirnya usaha tersebut mengalami kegagalan, Narasumber 2 tidak menyesali keputusannya. Ia justru memperoleh pelajaran berharga tentang pentingnya uji coba produk sebelum dipasarkan secara massal. Narasumber 3 juga pernah bereksperimen dengan membuka pemasaran donatnya ke seluruh fakultas di Universitas Pendidikan Indonesia. Namun, karena ia menjalankan bisnis seorang diri, strategi ini justru membuatnya kewalahan. Dari pengalaman tersebut, Narasumber 3 memutuskan untuk memfokuskan diri hanya di Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis agar operasional bisnis lebih terkendali.

Temuan ini selaras dengan Stolz et al. (2022) yang menjelaskan bahwa pengalaman belajar yang menekankan pemecahan masalah kreatif dapat meningkatkan keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan kreatif yang dimiliki. Keberanian mengambil risiko kalkulatif risiko yang sudah diperhitungkan dengan saksama adalah salah satu karakteristik penting dari *entrepreneurial mindset* (Ariella et al., 2023). Penelitian oleh Samosir dan Putriku (2025) menunjukkan bahwa kreativitas dan mental berwirausaha berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, di mana keberanian mengambil risiko merupakan bagian dari mental berwirausaha. Kegagalan dalam bereksperimen tidak menyurutkan niat para narasumber untuk terus mencoba. Justru, setiap kegagalan menjadi informasi berharga untuk melakukan iterasi dan perbaikan di masa mendatang.

5. Proses Belajar dan Inovasi Saat Bisnis Stagnan: Adaptasi dan Diferensiasi

Ketika bisnis terasa membosankan atau mengalami stagnasi, para narasumber tidak tinggal diam. Mereka secara proaktif mencari ilmu dan keterampilan baru sebagai katalis untuk membawa perubahan. Narasumber 1 melakukan inovasi produk komplementer dan modifikasi secara berkelanjutan. Ia menceritakan bagaimana produk awalnya hanya berupa keychain sederhana dari tutup botol bekas, kemudian berkembang menjadi aksesoris untuk tumbler dan sticker magnet. Inovasi-inovasi ini lahir dari kebiasaannya mengamati kebutuhan konsumen dan mendengarkan saran dari pelanggan. Narasumber 1 juga menerapkan strategi bundling menggabungkan produk lama dengan produk baru sebagai bentuk teknik pemasaran yang menarik.

Narasumber 2 mengambil pendekatan yang lebih sistematis. Ketika bisnisnya terasa stagnan, ia secara khusus mempelajari “desain visual dan juga ilmu untuk mengetahui bagaimana kita memahami perilaku konsumen”. Narasumber 2 menyadari bahwa manusia adalah makhluk visual yang tertarik pada tampilan yang menarik. Oleh karena itu, peningkatan kualitas desain visual menjadi fokus utamanya. Selain itu, pemahaman tentang perilaku konsumen membantunya dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Narasumber 3, dengan skala bisnis yang lebih kecil, memilih cara yang lebih sederhana namun efektif: mencari variasi rasa dan topping untuk produk donatnya agar konsumen tidak bosan.

Hasil ini menunjukkan bahwa growth mindset mendorong *lifelong learning* yang aplikatif dan berorientasi pada pemecahan masalah. Inovasi tidak muncul dari ruang hampa, tetapi dari proses observasi yang cermat, kemauan untuk belajar keterampilan baru, dan keberanian untuk melakukan modifikasi terhadap apa yang sudah ada. Penelitian oleh Dalimunthe (2025) menegaskan bahwa pendidikan kewirausahaan berbasis *project-based learning* dan integrasi teknologi memungkinkan mahasiswa mengembangkan kemampuan analitis, kreativitas, dan adaptabilitas. Penelitian oleh Aliman et al. (2025) juga menunjukkan



bahwa Generasi Z memiliki karakteristik hiper-kognitif, kemampuan berpikir cepat, multitasking, dan adaptif terhadap perubahan, yang sangat mendukung proses belajar berkelanjutan dalam kewirausahaan.

6. Memandang Kesuksesan Kompetitor: Sebagai Motivasi, Bukan Ancaman

Dalam dunia bisnis yang kompetitif, kesuksesan kompetitor seringkali menjadi sumber tekanan dan kecemasan. Namun, ketiga narasumber dalam penelitian ini menunjukkan perspektif yang sehat dan produktif dalam memandang keberhasilan pesaing. Narasumber 1 mengakui, “pasti ada rasa ketakutan itu sendiri ya... karena kita kayak takut kita kalah saing dalam produknya, dalam harganya dan segala macam”. Namun, ia tidak membiarkan rasa takut tersebut melumpukannya. Ia memilih untuk mengalihkan fokus pada solusi dan inovasi. Menurutnya, “kalau misalkan fokus kita diganti ke solusinya, kita bisa fokus ke inovasi itu sendiri... jadi kita membangun sebuah inovasi produk baru yang mana produknya itu memiliki keunggulan lebih dari si kompetitor ini”.

Narasumber 2 menyatakan, “saya mencoba mengubah stigma atau perasaan itu menjadi sebuah motivasi... untuk berpikir menjadi lebih kreatif”. Baginya, kompetitor adalah pengingat bahwa pasar selalu berkembang dan dinamis. Jika ia merasa nyaman dengan apa yang sedang dijalani, maka itu justru tanda bahaya karena pesaing mungkin sudah melesat lebih jauh. Narasumber 2 juga melihat kesuksesan kompetitor sebagai sumber pembelajaran. Ia menganalisis apa yang dilakukan pesaing dengan lebih baik, lalu mencari keunikan yang bisa menjadi diferensiasi bisnisnya. Narasumber 3 juga memiliki pandangan serupa. Ia tidak merasa tertekan, justru menjadi terpacu untuk mencari sesuatu yang lebih unik setelah melihat kompetitor.

Perspektif yang ditunjukkan oleh ketiga narasumber ini mencerminkan *growth mindset* dalam konteks kompetisi pasar. Kompetitor tidak dipandang sebagai ancaman eksistensial, melainkan sebagai *benchmark* dan sumber inspirasi untuk melakukan diferensiasi. Karakteristik *growth mindset* menurut Dweck (2006) salah satunya adalah belajar dan terinspirasi dari kesuksesan orang lain, bukan merasa terancam. Penelitian oleh Noegroho et al. (2024) menunjukkan bahwa mindset kewirausahaan yang positif membantu wirausahawan melihat kompetitor sebagai sumber pembelajaran. Hal ini juga sejalan dengan temuan Permata dan Veri (2025) bahwa dukungan lingkungan kampus dan jaringan industri berperan penting dalam membentuk pola pikir wirausaha mahasiswa.

7. Inovasi Paling Kreatif yang Dihasilkan: Berpusat pada Solusi Masalah

Inovasi paling kreatif yang dihasilkan oleh para narasumber tidak lahir secara tiba-tiba, tetapi dari proses identifikasi masalah yang dialami oleh calon konsumen. Narasumber 1 mengembangkan produk DIY (*Do It Yourself*) Kit dari tutup botol bekas. Inovasi ini lahir dari pengamatan bahwa anak-anak zaman sekarang sangat terikat dengan gadget, sementara para orang tua gelisah karena khawatir akan kesehatan mata dan perkembangan anak. Narasumber 1 menciptakan produk yang tidak hanya ramah lingkungan, tetapi juga bersifat edutainment menggabungkan unsur pendidikan dan hiburan. Anak-anak diajak untuk merakit sendiri produk tersebut bersama orang tua, sehingga mengurangi ketergantungan pada gadget sekaligus melatih motorik halus dan kreativitas.

Narasumber 2 menciptakan inovasi yang berbeda namun tidak kalah cerdas. Ia mengemas sayuran dengan harga serba 2000 rupiah. Ide ini muncul dari keinginannya untuk membantu ibu-ibu berbelanja secara praktis tanpa perlu menawar atau menghitung harga satu per satu. Strategi ini terbukti berhasil dan bisnisnya tetap berjalan selama 3-4 tahun hingga saat penelitian ini dilakukan. Narasumber 3, dengan skala usaha yang lebih kecil, juga menunjukkan



kreativitasnya melalui variasi rasa dan topping donat, serta pernah membuat kerajinan tangan meskipun tidak diperjualbelikan.

Kedua inovasi utama ini menunjukkan bahwa kreativitas bisnis yang sesungguhnya adalah *problem-solving oriented*. Ide-ide kreatif muncul dari empati terhadap kebutuhan dan masalah yang dihadapi oleh pasar, bukan sekadar keinginan untuk meniru tren atau mengejar keuntungan semata. Penelitian oleh Hanafi (2026) melalui studi kasus Martha Tilaar menunjukkan bahwa *growth mindset* berperan dalam mendorong inovasi dan adaptasi bisnis, grit mendukung konsistensi visi jangka panjang, dan resiliensi menjadi faktor penting dalam menghadapi krisis. Temuan ini memperkuat argumen Nurfaizal dan Barros (2025) bahwa *growth mindset* dan *creative self-efficacy* menjadi jembatan antara pengamatan terhadap masalah dan penciptaan solusi yang inovatif.

8. Pemanfaatan Keterbatasan (Modal, Waktu): Kreativitas dalam Konstrain

Sebagai mahasiswa, keterbatasan modal dan waktu merupakan tantangan riil yang tidak bisa dihindari. Namun, ketiga narasumber menunjukkan kemampuan dalam mengelola keterbatasan tersebut secara kreatif. Narasumber 2 mengakali keterbatasan waktu dengan mendelegasikan tugas-tugas operasional kepada saudaranya. Ia berperan sebagai manajer yang mengatur strategi dan operasional, sementara saudaranya membantu menjaga toko. Dengan cara ini, bisnisnya tetap berjalan meskipun ia tidak selalu hadir secara fisik di lokasi usaha.

Narasumber 1 memanfaatkan *platform e-commerce* dan media sosial secara intensif untuk membangun personal branding dengan biaya yang sangat rendah. Ia mengaku “bawel di media sosial” sebagai strategi agar masyarakat selalu ingat dengan produk Ecoolova. Narasumber 1 juga memanfaatkan sistem *pre-order* dan workshop untuk mengelola produksi secara efisien. Narasumber 3, yang menjalankan bisnis seorang diri, memilih untuk memprioritaskan kegiatan yang paling penting terlebih dahulu, baru kemudian mengerjakan hal-hal yang kurang mendesak.

Kreativitas dalam menghadapi keterbatasan yang dalam literatur manajemen dikenal sebagai *constraint-based creativity* justru seringkali melahirkan inovasi yang lebih orisinal. Ketika sumber daya melimpah, seseorang cenderung mengambil jalan pintas dan tidak berpikir keras. Sebaliknya, ketika sumber daya terbatas, seseorang dipaksa untuk berpikir *out of the box* dan mencari cara-cara baru yang lebih efisien. Penelitian oleh Dalimunthe (2025) menekankan bahwa pendidikan kewirausahaan yang efektif membantu mahasiswa mengoptimalkan sumber daya minimal dan memanfaatkan teknologi digital. Penelitian oleh Samosir dan Putriku (2025) juga menunjukkan bahwa kreativitas dan mental berwirausaha memberikan kontribusi pengaruh sebesar 67,4% terhadap minat berwirausaha, di mana kemampuan mengatasi keterbatasan merupakan bagian dari mental berwirausaha.

9. Pengaruh Pola Pikir “Ingin Terus Belajar” terhadap Kreativitas Sehari-hari

Ketiga narasumber mengakui bahwa pola pikir ingin terus belajar memiliki pengaruh yang besar terhadap kreativitas bisnis mereka sehari-hari. Narasumber 1 menunjukkan hal ini secara implisit melalui kebiasaannya melakukan modifikasi produk secara berkelanjutan, mendengarkan saran pelanggan, dan mengamati tren yang berkembang di masyarakat. Setiap hari adalah kesempatan belajar baru baginya.

Narasumber 2 menyampaikan hal ini secara jelas. Ia menyatakan, “pola pikir ingin terus belajar ini merupakan salah satu pola pikir yang wajib banget dimiliki oleh setiap wirausahawan... agar bisnis mereka tetap terus berkembang dan dapat mengikuti perkembangan zaman, agar tidak stagnan”. Narasumber 2 bahkan merasakan bahwa selama menjalani



perkuliahan, pola pikir ingin terus berkembang ini semakin kuat dan terasah. Ia mampu memunculkan inovasi-inovasi baru karena memiliki kebiasaan belajar yang berkelanjutan.

Narasumber 3 juga sependapat bahwa pola pikir ingin terus belajar harus selalu diterapkan, tidak hanya dalam bisnis tetapi juga dalam keseharian. Baginya, belajar adalah proses seumur hidup yang tidak pernah berhenti. Hasil ini mengkonfirmasi temuan Ariella et al. (2023) bahwa entrepreneurial mindset dan kreativitas berpengaruh terhadap niat berwirausaha melalui peningkatan entrepreneurial *self-efficacy*. Penelitian oleh Adiyatma et al. (2026) melalui intervensi eksperimental membuktikan bahwa penguatan growth mindset melalui pelatihan dan pendampingan efektif dalam meningkatkan entrepreneurial *self-efficacy* dan *community growth mindset*. Pola pikir berkembang menciptakan siklus positif yang berkelanjutan: belajar → menemukan ide baru → mencoba ide tersebut → belajar lagi dari hasil percobaan. Siklus inilah yang menjadi mesin penggerak inovasi harian dalam bisnis.

10. Pesan untuk Mahasiswa Lain yang Merasa “Tidak Kreatif”: Mulai Saja, Jangan Takut

Saran yang paling konsisten dari ketiga narasumber untuk mahasiswa lain yang ingin memulai bisnis tetapi merasa tidak kreatif adalah: mulai saja dari langkah kecil, jangan menunggu merasa siap atau kreatif sempurna. Narasumber 2 memberikan pesan yang paling komprehensif. Ia mengatakan, “jangan ngerasa nunggu siap dulu, atau nunggu ide yang sempurna... kreativitas itu bukan suatu hal yang memang harus ada dari awal, tapi harus bisa tumbuh dari keberanian-keberanian kita lakukan... mulai dari langkah yang kecil, seperti mengamati masalah yang ada di sekitar kita, dan kita pun jangan takut salah, karena terkadang ide yang terbaik itu malah justru muncul ketika pada saat kita tuh berani mengambil langkah pertama”.

Narasumber 1 menekankan pentingnya percaya diri dan terus berproses, tidak mudah putus asa ketika menghadapi penolakan. Narasumber 3 dengan singkat namun bermakna mengatakan, “mulai dulu aja jangan takut dulu”. Pesan-pesan ini relevan dengan konsep growth mindset karena menekankan bahwa kreativitas adalah keterampilan yang emergent muncul dari tindakan nyata, bukan kondisi awal yang sudah sempurna. Rasa takut gagal (*fear of failure*) sering menjadi penghalang utama bagi banyak mahasiswa untuk memulai usaha. Padahal, satu-satunya cara untuk mengatasi rasa takut tersebut adalah dengan mulai bertindak. Penelitian oleh Farida dan Prabowo (2024) membuktikan bahwa program kewirausahaan yang menggunakan teknik pengajaran berbasis pengalaman (kunjungan ke pebisnis, diskusi dengan pengusaha, analisis kasus, rencana bisnis, dan praktik bisnis nyata) mampu membangun mindset kewirausahaan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas adalah keterampilan yang dapat dikembangkan melalui tindakan dan pengalaman langsung, bukan sesuatu yang harus sudah ada sejak awal. Penelitian oleh Stolz et al. (2022) juga menegaskan bahwa pengalaman langsung adalah sarana terbaik untuk membangun keyakinan kreatif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai peran *growth mindset* dalam mengembangkan kreativitas bisnis mahasiswa yang dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap tiga mahasiswa wirausaha Universitas Pendidikan Indonesia serta dikaitkan dengan kajian pustaka dari berbagai jurnal ilmiah relevan, dapat disimpulkan bahwa *growth mindset* memiliki peran yang sangat fundamental dan multidimensional dalam mendorong munculnya kreativitas bisnis di kalangan mahasiswa. Secara teoritis, temuan penelitian ini mengkonfirmasi bahwa individu dengan pola pikir berkembang meyakini kemampuan dapat ditingkatkan melalui usaha dan pembelajaran, yang dalam konteks kewirausahaan mahasiswa terbukti menjadi fondasi psikologis utama. Ketiga narasumber secara konsisten menyatakan bahwa



kemampuan berbisnis dan kreativitas bukanlah bakat bawaan yang tetap, melainkan sesuatu yang dapat dipelajari, dilatih, dan diasah melalui pengalaman nyata, keyakinan yang menjadi titik awal dari seluruh perilaku inovatif yang mereka tunjukkan.

Peran pertama *growth mindset* terlihat dalam cara mahasiswa merespons kegagalan, di mana mereka tidak memandang kegagalan sebagai akhir dari usaha atau bukti ketidakmampuan, melainkan sebagai umpan balik yang berharga untuk evaluasi dan pembelajaran, yang pada gilirannya meningkatkan resiliensi psikologis dan kelangsungan usaha di tengah keterbatasan modal, pengalaman, dan waktu. Peran kedua adalah dalam membangun keterbukaan terhadap kritik dan masukan, dengan memanfaatkan kritik negatif sekalipun sebagai celah untuk menemukan kelemahan produk dan mengembangkannya menjadi inovasi baru, mencerminkan orientasi belajar yang menekankan proses daripada sekadar pembuktian kemampuan. Peran ketiga adalah mendorong keberanian bereksperimen dan mengambil resiko kalkulatif, karena tanpa mengambil risiko bisnis akan stagnan, dan setiap percobaan meskipun gagal memberikan pelajaran berharga untuk iterasi berikutnya. Peran keempat terlihat dalam proses belajar dan inovasi ketika bisnis mengalami stagnasi, dimana mahasiswa secara proaktif mencari ilmu dan keterampilan baru seperti desain visual, perilaku konsumen, hingga tren pasar, yang kemudian diaplikasikan dalam modifikasi produk, strategi bundling, atau diferensiasi dari kompetitor. Inovasi paling kreatif yang mereka hasilkan lahir dari identifikasi masalah nyata konsumen, bukan sekadar meniru tren, sehingga kreativitas bisnis yang didorong *growth mindset* bersifat pemecahan masalah dan berpusat pada empati terhadap kebutuhan pasar.

Peran kelima adalah dalam menghadapi keterbatasan sumber daya, di mana keterbatasan modal, waktu, dan tenaga justru menjadi stimulus bagi kreativitas dalam konstrain, melahirkan inovasi yang lebih orisinal melalui pemanfaatan media sosial intensif berbiaya rendah, sistem *pre-order*, delegasi tugas, dan prioritas kegiatan. Peran keenam terlihat dalam cara memandang kesuksesan kompetitor, di mana rasa takut kalah saing tidak melumpuhkan melainkan diubah menjadi motivasi untuk berpikir lebih kreatif, menjadikan kompetitor sebagai tolok ukur dan sumber inspirasi diferensiasi, bukan ancaman eksistensial. Peran ketujuh dan paling menyeluruh adalah bahwa *growth mindset* menciptakan siklus belajar berkelanjutan yang menjadi mesin penggerak inovasi harian dalam bisnis: belajar, menemukan ide baru, mencoba, belajar lagi dari hasil percobaan, dan seterusnya. Siklus positif ini diperkuat oleh peningkatan keyakinan diri dalam berwirausaha serta didukung faktor internal seperti efikasi diri kreatif dan faktor eksternal seperti dukungan sosial lingkungan kampus serta konteks budaya yang kolaboratif. Pesan paling kuat dari penelitian ini adalah bahwa kreativitas bukanlah kondisi awal yang harus dimiliki seseorang sebelum memulai bisnis, melainkan keterampilan yang muncul dari keberanian mengambil langkah pertama, kemauan mengamati masalah di sekitar, dan tidak takut untuk salah. Dengan demikian, *growth mindset* tidak hanya berperan sebagai faktor pendorong tetapi juga sebagai fondasi yang memungkinkan mahasiswa untuk terus bertahan, belajar, beradaptasi, dan berinovasi dalam menghadapi dinamika dunia usaha yang penuh ketidakpastian. Penelitian ini merekomendasikan agar perguruan tinggi secara eksplisit mengintegrasikan penguatan *growth mindset* ke dalam kurikulum kewirausahaan melalui pembelajaran berbasis pengalaman, pemberian umpan balik yang berorientasi pada proses, serta penciptaan lingkungan yang aman bagi mahasiswa untuk bereksperimen dan belajar dari kegagalan.

DAFTAR PUSTAKA

Adiyatma, K., Suri, M. S., Hasanati, N., & Djudiyah. (2026). Penguatan *growth mindset* kewirausahaan dan *self efficacy* untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 693-700.



- Aliman, Fenina Berliana Putri, Supriadi, D., Fitri, M. A., & Azahra, M. A. (2025). Membangun semangat wirausaha di kalangan Gen-Z bagi mahasiswa Universitas Horizon Indonesia. *IComSE*, 6(2), 728-736.
- Ariella, Y., Hongdiyanto, C., Hartono, W., & Ongkowijoyo, G. (2023). The impact of entrepreneurial education, mindset, and creativity on entrepreneurial intention: Mediating role of entrepreneurial self-efficacy of students in Indonesia. In *International Conference on Mathematical and Statistical Physics, Computational Science, Education and Communication (ICMSCE 2023)*, 12936, 564-575. SPIE. <https://doi.org/10.1117/12.3023552>
- Artha, I. M. R., & Wahyudi, A. (2025). Pengaruh grit dan creative mindset terhadap kesuksesan entrepreneur pada mahasiswa di wilayah Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(1), 45-58.
- Dalimunthe, H. (2025). Peran pendidikan kewirausahaan dalam memahami dan mengaplikasikan proses bisnis. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, 13(2), 98-110.
- Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The new psychology of success*. Random House.
- Farida, & Prabowo, H. A. (2024). Peran program kewirausahaan dalam membangun 'mindset' kewirausahaan mahasiswa: Studi kasus di Universitas Mercu Buana Jakarta. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(1), 8978-8993.
- Hanafi, A. M. (2026). Analisis peran growth mindset, grit, dan resiliensi dalam membentuk kepribadian dan kesuksesan karier wirausaha. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Konseling*, 9(1), 23-35.
- Ihsan, M., Rijal, S., Amri, A. D. I., Ahmad, M. I. S., & Arisah, N. (2024). The influence of growth mindset, product innovation, and social media utilization on business development with social support as a mediating variable in MSMEs in Lalabata Village, Soppeng Regency. *International Journal of Business, Law, and Education (IJBLE)*, 5(2), 1880-1892. <https://ijble.com/index.php/journal/article/view/753>
- Noegroho, A., Yusuf, D., Farkhah, L., & Septian B, S. D. (2024). Pengaruh mindset kewirausahaan, pemanfaatan AI, kreativitas, dan minat berwirausaha terhadap tingkat keberhasilan rintisan usaha mahasiswa. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 3(3), 172-183.
- Nurfaizal, Y., & Barros, A. (2025). Creative self-efficacy as mediator and cultural context as moderator in empowerment, mindset, and creative behavior. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 15(2), 288-313. <https://doi.org/10.12928/fokus.v15i2.13311>
- Permata, E., & Veri, J. (2025). Membangun mindset kewirausahaan mahasiswa: Tinjauan literatur sistematis terhadap karakteristik, peran, dan ciri kewirausahaan. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 6(1), 1-15.
- Puspitasari, I., Gunawan, G., & Dwijyanthy, M. (2024). Peran growth mindset terhadap career adaptability mahasiswa di Jawa Barat. *Humanitas*, 8(1), 29-46.
- Samosir, F. O. B., & Putriku, A. E. (2025). Pengaruh kreativitas dan mental berwirausaha terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa pendidikan bisnis stambuk 2022 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(4), 264-284.
- Stolz, R. C., Tucker Blackmon, A., Engerman, K., Tonge, L., & McKayle, C. A. (2022). Poised for creativity: Benefits of exposing undergraduate students to creative problem-solving to moderate change in creative self-efficacy and academic achievement. *Journal of Creativity*, 32(2). Elsevier B.V.