

HUBUNGAN ENTREPRENEURSHIP EDUCATION TERHADAP ENTREPRENEURIAL PROMOTION MELALUI ENTREPRENEURIAL MINDSET SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PESERTA DIDIK SMK SE-MALANG RAYA

DIEVA ZAHROHTU ANFI

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Malang

Email: dievazahroh8@gmail.com

DIMAS PUTRI MEGA PRATESA

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Malang

Email: dimasputri2503@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat hubungan entrepreneurship education terhadap entrepreneurial promotion melalui entrepreneurial mindset. Dimana dalam penelitian ini entrepreneurial mindset ditempatkan sebagai mediator hubungan antara entrepreneurship education dan entrepreneurial promotion. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain deskriptif. Responden penelitian ini adalah siswa Sekolah Menengah Kejuruan di Kota Malang yakni SMK Negeri 1 Malang, SMK Negeri 11 Malang, dan SMK Negeri 7 Malang yang telah mendapatkan pendidikan kewirausahaan dan telah memiliki usaha yakni siswa kelas XI dan XII. Sampel penelitian ini berjumlah 350 siswa yang mengisi survei menggunakan google form. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) dengan menggunakan software Smart PLS versi 3. Penelitian ini menggunakan 2 model perhitungan PLS, yaitu Model pengukuran (Outer Model) dan Model Struktural (Inner Model). Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap promosi kewirausahaan pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap mindset kewirausahaan, promosi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap mindset kewirausahaan, serta mindset kewirausahaan memediasi secara signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap promosi kewirausahaan. Penelitian ini memberikan bukti terhadap penelitian yang masih diperdebatkan bahwasannya pendidikan kewirausahaan dan mindset kewirausahaan mampu mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap promosi kewirausahaan. Temuan ini juga menjadi bekal untuk calon wirausahawan dalam memahami dan menerapkan ilmu yang sudah diajarkan dalam berwirausaha.

Kata Kunci: Entrepreneurship Education; Entrepreneurial Promotion, Entrepreneurial Mindset.

PENDAHULUAN

Peristiwa yang terjadi menimbulkan dampak negatif pada aktivitas ekonomi dan lingkungan dunia wirausaha. Di luar kasus mengenai virus corona pada kehidupan manusia,

pandemi secara langsung memiliki dampak yang cukup besar di sektor ekonomi. Banyak masyarakat yang kehilangan sebagian pekerjaannya, banyaknya pekerja yang di berhentikan dari

tempat kerjanya, dan masih banyak dampak yang lain akibat dari covid-19 ini. Dampak dari segi ekonomi jika ditinjau dari berbagai negara sangatlah bervariasi, negara-negara seperti Jerman mengalami sebagian besar kasusnya terserap oleh pengujian dan tata kelola yang baik. Menurut *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD), (2020) Penyebaran covid-19 akan menurunkan ekonomi global dari 2,9% menjadi 2,4%. Tingkat pendidikan atau pembangunan manusia merupakan faktor penting dalam kerangka kerja *United Nations Development Program* (UNDP) untuk menilai kesiapan pandemic krisis seperti covid-19 (Pokhrel and Chhetri, 2021). Pada masa perkembangan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia dituntut untuk memanfaatkan peluang yang ada, salah satunya dengan pemberdayaan ekonomi kreatif dalam mewujudkan masyarakat sejahtera. Menjadi seorang wirausaha tidaklah mudah, seorang pebisnis harus mengetahui ilmu dasar berbisnis dan pengetahuan yang luas untuk menekuni bidang bisnis tersebut salah satunya dimulai oleh peserta didik yang menempuh pendidikan formal dilengkapi dengan fasilitas pembelajaran kewirausahaan atau pendidikan kewirausahaan (Mack et al., 2019).

Pendidikan kewirausahaan adalah proses membekali individu dengan kemampuan untuk mengenali peluang secara komersial serta wawasan, harga diri, pengetahuan dan keterampilan untuk menindaklanjutinya (Kakouris and Georgiadis, 2016). Semakin banyak pendidikan formal yang menawarkan program kewirausahaan di dalamnya maka semakin banyak pula seorang pengusaha hebat yang tercetak didalamnya. Penelitian sebelumnya yang sejalan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan Hardie, (2022) menyatakan bahwa program pendidikan kewirausahaan yang disediakan harus mengutamakan pelayanan di atas pemimpin, pencipta dan siap mengambil risiko. Sekarang

pendidikan kewirausahaan merupakan pendidikan yang memiliki tingkat inovasi penting dalam memberikan dorongan untuk belajar tentang kewirausahaan. Ketertarikan ini terjadi sebagai bidang penelitian dan pengajaran yang dipicu oleh meningkatnya permintaan kursus kewirausahaan oleh peserta didik yang jurusan kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan akan mendorong seseorang memiliki jiwa entrepreneurship dan entrepreneurial promotion. Salah satu yang memiliki keterkaitan erat dengan entrepreneurship adalah entrepreneurial promotion. Entrepreneurial promotion adalah serangkaian strategi dan aktivitas yang dilakukan oleh seorang wirausahawan atau perusahaan untuk memperkenalkan, mempromosikan, dan meningkatkan kesadaran serta penjualan terhadap produk atau layanan yang mereka tawarkan. Tujuan utama dari promosi kewirausahaan adalah untuk menciptakan keunggulan kompetitif, menarik minat konsumen potensial, dan membangun citra yang positif di mata pasar. Promosi kewirausahaan tidak hanya mencakup iklan konvensional seperti di media cetak, televisi, atau radio, tetapi juga melibatkan strategi pemasaran digital seperti penggunaan media sosial, konten digital, SEO (*Search Engine Optimization*), dan kampanye email. Selain itu, promosi juga bisa dilakukan melalui kegiatan sponsor, partisipasi dalam acara komunitas atau industri, serta metode promosi langsung seperti diskon, penawaran khusus, atau demonstrasi produk.

Dalam konteks kewirausahaan, promosi bukan hanya tentang memperkenalkan produk atau layanan, tetapi juga tentang membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, mempertahankan loyalitas mereka, dan merespons perubahan dalam kebutuhan pasar. Dengan kata lain, promosi kewirausahaan merupakan elemen kunci dalam strategi pemasaran yang membantu sebuah bisnis untuk bertahan dan tumbuh dalam persaingan pasar

yang semakin ketat dan dinamis. Menurut Herrmann, (2019) promosi kewirausahaan memang memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan arah dan keberhasilan sebuah bisnis. Melalui promosi yang efektif, sebuah bisnis dapat meningkatkan visibilitasnya, menarik perhatian calon konsumen, membedakan dirinya dari pesaing, serta membangun citra dan brand awareness yang kuat di pasar. Promosi kewirausahaan dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti strategi pemasaran digital, kampanye media sosial, iklan konvensional, kegiatan promosi langsung, sponsorship acara, dan masih banyak lagi. Dengan melakukan promosi yang tepat sasaran dan kreatif, sebuah bisnis dapat menciptakan buzz positif di kalangan konsumen dan menghasilkan keuntungan yang signifikan.

Namun demikian, promosi juga harus diimbangi dengan produk atau layanan yang berkualitas dan layanan pelanggan yang baik. Hanya dengan kombinasi yang tepat antara promosi yang efektif dan produk yang memuaskan, sebuah bisnis dapat mencapai kesuksesan jangka panjang dan mempertahankan pangsa pasarnya. Jadi, penting bagi para wirausahawan untuk memahami peran penting promosi dalam strategi bisnis mereka dan mengembangkan strategi promosi yang sesuai dengan karakteristik pasar dan tujuan bisnis mereka. Dengan adanya pernyataan diatas *entrepreneurial promotion* juga ada kaitannya dengan *entrepreneurial mindset* atau pola pikir kewirausahaan.

Entrepreneurial mindset adalah suatu pemikiran yang timbul dari setiap individu dimana pemikiran tersebut berorientasi pada *entrepreneurial* ketika bertemu dengan hal-hal yang tidak pasti individu yang memiliki mindset tersebut lebih memilih untuk menghadapi dari pada menghindarinya, *entrepreneurial mindset* memiliki orientasi yang sederhana dan berani menghadapi sebuah resiko (Morris and Tucker, 2023). Perlu diketahui bahwa pengetahuan

pendidikan dan keterampilan kewirausahaan dapat dipelajari secara mandiri dan *entrepreneurial mindset* siswa dapat di dukung oleh adanya kegiatan ekstrakurikuler yang ada di sekolah. Pengembangan budaya dan pola pikir kewirausahaan akan bermanfaat individu dan masyarakat pada tingkat pendidikan yang lebih tinggi. Saat ini mata pelajaran pendidikan kewirausahaan secara keseluruhan pasti ada di setiap sekolah, dan itu sangat membantu bagi peserta didik dalam mengembangkan bakatnya di bidang *entrepreneur*. Berdasarkan fenomena yang terjadi Pendidikan kewirausahaan tidak hanya berpacu pada teori saja tetapi juga membentuk sikap, pola pikir dan mendorong inovasi seorang *entrepreneur*. *Entrepreneurial mindset* tidak terbentuk dengan sendirinya tetapi di dorong dengan adanya sebuah *Entrepreneurial promotion*, Dengan demikian dalam memberikan para peserta didik atau siswa sebuah pemahaman dalam memulai bisnis baru diperlukan pendekatan berupa pengalaman yang cukup, *Entrepreneurial innovation* sebagai indikasi untuk perkembangan bisnis di masa yang akan datang serta pembelajaran kewirausahaan berupa pengetahuan akan teori untuk mengembangkan dan memperluas *knowledge* tentang dunia bisnis. Semenjak diterapkannya pendidikan kewirausahaan sampai detik ini, berbagai elemen dari model pendidikan tersebut sering kali membahas mengenai pendidikan bisnis. Oleh sebab itu tidak diragukan suatu pendidikan formal terutama di sekolah menengah kejuruan (SMK) memasukkan mata pelajaran kewirausahaan kepada seluruh siswanya. Sikap, nilai kewirausahaan, dan keberhasilan wirausahawan diukur oleh perilaku kewirausahaan. Faktor eksternal dan faktor internal akan berpengaruh pada perilaku kewirausahaan. Faktor internal meliputi hak kepemilikan, kompetensi, sedangkan untuk faktor eksternal meliputi lingkungan, peluang dan pesaing.

Memulai sebuah wirausaha harus siap menghadapi risiko dan ketidakpastian dari pelanggan, namun ada beberapa tujuan salah satunya untuk mendapatkan profit dengan cara memahami nilai dasar entrepreneurship education diikuti dengan *entrepreneurial mindset* karena kedua variabel tersebut dapat dijadikan peluang dalam memanfaatkan serta menciptakan sumber daya manusia yang unggul. Unggul yang dapat diartikan dapat berkontribusi pada keberhasilan berwirausaha dengan memaksimalkan *entrepreneurial promotion*. Suatu hal yang dapat dikategorikan sukses berwirausaha, jika pencapaian yang mereka lakukan dapat mewujudkan target dan tujuan yang selaras dengan visi misi yang tertulis di dalam *strategic planning* suatu perusahaan.

Keberhasilan suatu bisnis tidak bisa dipisahkan dengan adanya ilmu dasar mengenai *entrepreneurship education*, *entrepreneurial promotion*, serta *entrepreneurial mindset*, hal itu merupakan satu kesatuan yang harus saling berkaitan demi terciptanya suatu bisnis yang ideal. *Entrepreneurship education* memiliki urgensi yang sangat penting untuk SMK Kota Malang Raya yaitu untuk mempersiapkan siswa memiliki keterampilan praktis untuk langsung memasuki dunia kerja setelah lulus. Pendidikan kewirausahaan membekali siswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menjadi pengusaha atau berwirausaha, sehingga mereka bisa menciptakan lapangan kerja sendiri. Dapat mengembangkan kreativitas dan Inovasi seperti mendorong siswa untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam mengatasi tantangan bisnis. Ini membantu mereka untuk mengembangkan ide-ide baru dan solusi-solusi yang kreatif dalam berbagai konteks. Dapat Melakukan pemberdayaan ekonomi melalui pendidikan kewirausahaan yang ada di SMK Malang Raya serta memberdayakan siswa untuk menjadi agen perubahan dalam perekonomian lokal. Mereka dapat membantu membangun

usaha kecil dan menengah yang berkelanjutan secara ekonomi, sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Hal ini tidak hanya bermanfaat di bidang bisnis, tetapi juga dalam kehidupan pribadi mereka. Di era globalisasi ini, keahlian dalam berwirausaha membuat siswa lebih siap menghadapi persaingan global. Mereka belajar untuk memahami pasar internasional, tren bisnis global, dan tantangan-tantangan yang ada di lingkungan mereka.

Secara keseluruhan, pendidikan kewirausahaan di SMK bukan hanya tentang menciptakan wirausaha masa depan, tetapi juga tentang mempersiapkan generasi muda dengan keterampilan dan sikap yang diperlukan untuk sukses dalam karir dan kehidupan mereka, sambil memberikan kontribusi positif pada perekonomian dan masyarakat secara luas. Bisnis yang ideal dapat dilihat dari seberapa mampu sebuah perusahaan dapat meminimalisir sebuah resiko dan meningkatkan sebuah profit di kegiatan bisnisnya. Hal tersebut juga didukung berdasarkan penelitian sebelumnya sebagaimana yang dilakukan oleh Anjum, (2020) bahwa hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa seorang *entrepreneurship* harus berorientasi pada masa depan untuk usahanya dan mengambil sebuah resiko dari setiap usaha yang dijalankannya karena keberhasilan bisnis tidak akan pernah terjadi jika kita sebagai seorang pebisnis masih memiliki keraguan dan tidak memiliki orientasi ke depan demi kemajuan usahanya. Berdasarkan pernyataan dari latar belakang yang telah diuraikan di atas penelitian ingin mengetahui sejauh mana “Hubungan *Entrepreneurship Education* Terhadap *Entrepreneurial Promotion* Melalui *Entrepreneurial Mindset* Sebagai Variabel Intervening Pada Peserta Didik Smk Se-Malang Raya”

KAJIAN TEORI

Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan memiliki banyak manfaat untuk setiap orang dalam mengembangkan sebuah ilmu yang belum diketahui sebelumnya menjadi untuk diketahui selanjutnya. Hal ini membuat dunia pendidikan dianggap penting untuk segala keberhasilan yang ditujukan kepada setiap orang. Salah satu pendidikan yang dianggap penting adalah *entrepreneurship education*, dimana *entrepreneurship education* memberikan keberhasilan yang dapat mengembangkan potensi dan kreativitas pada diri seseorang Sun et al., (2020). *Entrepreneurship education* merupakan suatu gagasan atau pola pikir yang berkaitan dengan kompetensi diri seseorang selain itu memiliki kecenderungan dalam memberikan kemampuan untuk berpikir kritis dan inovatif (Hardie et al., 2022). *Entrepreneurship education* juga diartikan sebagai kemampuan dalam diri sendiri tetapi juga berdasarkan pada faktor yang meliputi pengetahuan, pengalaman, berpikir secara kreatif, pemecahan suatu masalah, mencari sebuah peluang, sikap dan keyakinan dalam diri (Chen et al., 2022) Tujuan utama dari *entrepreneurship education* adalah 1) pencapaian fundamental keahlian, menanamkan pengetahuan kontemporer ilmu pengetahuan dan teknologi, komunikasi menjadi efisien dan menyelesaikan permasalahan ekonomi 2) untuk mencapai keunggulan dalam sosial dan tingkat individu dengan menanamkan manfaat seperti kerja tim, menjadi kreatif dan inovatif 3) untuk produktivitas manajemen keuangan dan penciptaan perusahaan yang sukses, menanamkan keterampilan seperti efektivitas pemasaran, penjualan, manajemen sumber daya manusia, dan menciptakan dan mebangun pribadi dan bisnis anggaran (Egerová et al., 2017). Di lihat pada perspektif pendapat yang lain *entrepreneurship education* merupakan pola pikir yang memungkinkan siswa untuk memiliki

kompetensi, pemahaman, sikap dan motivasi yang berkaitan dengan kegiatan bisnis. Ada dua hal yang menonjol pada teori *entrepreneurship education* diantaranya adalah pendidikan memungkinkan siswa untuk menciptakan budaya dan pemahaman mengenai kegiatan wirausaha secara mendalam, selanjutnya *entrepreneurship education* akan mendorong siswa untuk memperoleh pengalaman sebagai acuan untuk menjadi seorang pengusaha (Fayolle et al., 2021). Dapat dilihat bahwa pengalaman berwirausaha memiliki peran yang penting dalam kegiatan bisnis yang akan dikembangkan. Salah satu ahli telah memaparkan bahwa *entrepreneurship education* adalah kajian yang ditulis oleh Egerová et al., (2017) dalam tulisannya egerova mengemukakan bahwa pendidikan kewirausahaan adalah sebuah investasi jangka panjang terhadap sikap kemandirian pada siswa sebab selama pendidikan itu berlangsung siswa memperoleh beberapa wawasan serta praktik secara nyata dalam dunia usaha, praktik akan membuat siswa tersebut memiliki pengalaman yang berharga.

Promosi Kewirausahaan

Promosi merupakan aktivitas yang tidak terpisahkan dengan suatu kegiatan penjualan dan sebagai peningkatan penjualan. Proses promosi akan berjalan jika seseorang tersebut memiliki kemampuan di bidang tersebut, karena promosi tidak hanya berbicara sekedar memahami ilmu pemasaran tetapi memahami pada suatu sistematika konsep teoritis promosi bagaimana jika sudah terjun ke lapangan. Menurut (Cadenas et al., 2020) promosi kewirausahaan merupakan analisa pada segi upah, keterikatan kerja, dan tenaga kerja lainnya dari hasil perusahaan, bagi sebagian pekerja hal itu merupakan aspek penting dari suatu pekerjaan, disisi lain promosi kewirausahaan digunakan untuk memotivasi pekerja, terutama oleh perusahaan yang diawasi langsung oleh pekerja sulit. Promosi

kewirausahaan juga diartikan sebagai hadiah yang menghasilkan kemajuan dan memiliki tanggung jawab yang lebih besar pada perusahaan (Gielnik et al., 2015). Sejalan dengan pendapat Leavitt et al., (2010) promosi kewirausahaan merupakan hadiah atau probabilitas dari fungsi produktivitas, bisa dikatakan bahwa promosi dapat menerima gaji, tunjangan, dan prestise berhubungan dengan posisi yang lebih tinggi. Saat itu ada beberapa pendapat salah satunya dari De Los Ríos-Carmenado et al., (2016) yang menyajikan model lain dari proses promosi kewirausahaan yang dimana penerimaan promosi dan pelatihan didasarkan pada pengungkapan individu kemampuan dalam pekerjaan. Sedangkan pria dan wanita diasumsikan memiliki pasar tenaga kerja yang serupa, perempuan dianggap lebih besar kemampuannya dan peluang segi nonpasar dan akibatnya mereka lebih mungkin daripada laki-laki untuk meninggalkan perusahaan. (Eesley and Lee, 2021) memaparkan bahwa kenaikan upah sering dikaitkan dengan promosi kewirausahaan dan besarnya kenaikan upah mungkin baik mendorong perusahaan lain untuk bersaing, untuk itu mereka mencegah pekerja untuk melakukannya. Promosi kewirausahaan akan bekerja secara optimal untuk merespon perusahaan setelah adanya proses mengenai produktivitas pekerja, suatu model konseptual dan teoritis dari proses promosi ini tidak secara eksklusif satu sama lain, dan sulit untuk diuji diantara keduanya mereka. Banyak dari model ini disusun bertujuan untuk agar tetap konsisten dengan fakta mengenai makna entrepreneurial promotion dan cara kerja internal perusahaan.

MINDSET KEWIRAUSAHAN

Menurut Cui et al., (2021) *entrepreneurial mindset* adalah keyakinan tentang potensi diri untuk mengembangkan kemampuan kewirausahaan sebagai salah satu pendekatan teoritis yang dapat dengan mudah dimasukkan ke

dalam *entrepreneurship education* yang akan meningkatkan efikasi diri kewirausahaan dengan implikasi pengembangan karir. Berdasarkan pendapat Baggen et.al., (2022) yang mengutarakan bahwa penelitian tentang teori implisit membedakan antar dua keyakinan utama yang sekarang disebut pola pikir, teori inkremental atau entrepreneurial mindset, setiap individu dengan pola pikir yang berkembang bermakna bahwa atribut manusia dapat ditempa oleh kemampuan dan kecerdasan serta dapat dikembangkan melalui kerja keras dan strategi yang efektif . Sebaliknya jika individu dengan *entrepreneurial mindset* tetap percaya bahwa atribut manusia adalah tetap dan karenanya tidak diasah atau diubah berarti spesifik dominan berbeda dari konstruksi kepribadian seperti lima besar dan kemampuan kognitif (Hassan et.al., 2021). Wardana et al., 2020) mengatakan bahwa kewirausahaan adalah ketika seseorang bertindak berdasarkan peluang dan pola pikir kewirausahaan atau *Entrepreneurial Mindset* untuk mengubahnya menjadi nilai yang dapat berupa finansial, sosial atau budaya. Sejalan dengan pendapat Morris and Tucker, (2023) yang mengatakan bahwa siapapun dapat menjadi seorang pengusaha dengan mengembangkan *entrepreneurial mindset* dan *entrepreneurial skill* yang sangat penting untuk mendorong kewirausahaan di tingkat individu dan memberikan kondisi yang menguntungkan dan dukungan yang diperlukan.

Gubik and Bartha, (2021) menjelaskan bahwa pengetahuan dan *entrepreneurial skill* dapat dipelajari dan *entrepreneurial mindset* peserta didik dapat di dukung melalui kegiatan Ekstrakurikuler. Pada akhirnya *entrepreneurial mindset* berkaitan dengan teori implisit yang memprediksi mengenai strategi pengaturan diri, terutama ketika dihadapkan dengan sebuah tantangan kewirausahaan. Contohnya adalah pola pikir peserta didik yang menetapkan tujuan terfokus pada pembelajaran, berorientasi pada mencari bantuan dari orang lain, gigih dan selalu

berusaha menghadapi tantangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian *descriptive explanatory*. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa yang sudah menempuh mata pelajaran kewirausahaan di SMK Se-Kota Malang Raya dan yang sudah memiliki usaha. Responden pada penelitian ini berjumlah 350 Siswa. Kemudian sampel diambil dari beberapa siswa di setiap kelas dengan menggunakan rumus slovin. Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif dan *structural Equation Modelling Partial Least Squares* (SEM-PLS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil perhitungan rata-rata variabel pendidikan kewirausahaan tergolong dalam kategori baik, variabel promosi kewirausahaan tergolong dalam kategori baik, variabel mindset kewirausahaan tergolong dalam kategori baik. Hasil dari perhitungan menggunakan Smart PLS terdiri dari dua model yaitu model pengukuran atau juga dikenal dengan outer model dan model struktural (*inner model*) bertujuan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Uji *discriminant validity* berkaitan dengan prinsip bahwa manifest variabel konstruk yang berbeda, seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi. Adapun cara untuk mengukur discriminant validity adalah dengan melihat nilai *cross loading* untuk setiap variable harus > 0.70 . Selanjutnya untuk hasil dari perhitungan menggunakan Smart PLS menunjukkan bahwa nilai AVE (*average variance extracted*) atau rata-rata varian ekstrak harus > 0.5 . Sebaliknya, jika nilai AVE < 0.5 maka tidak memenuhi validitas konvergen. Adapun uji composite reliability PLS-SEM dengan SmartPLS 3.0 dapat dilakukan melalui dua cara: (1) dengan melihat nilai Cronbach's Alpha (α), dimana untuk penelitian confirmatory nilai $\alpha > 0.70$, dan (2) dengan melihat nilai composite reliability (CR) $>$

0.70. Berdasarkan hasil pengukuran outer model pada validitas konvergen menunjukkan hasil semua nilai faktor loading dari indikator Pendidikan Kewirausahaan, Mindset Kewirausahaan (Z), dan Promosi Kewirausahaan (Y) lebih besar dari 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut valid. Variabel Entrepreneurship Education (EE) memiliki 8 indikator yang merupakan hasil dari pengembangan kajian literature jurnal internasional bereputasi. Dari 8 butir indikator memiliki loading factor pada rentang 0,729 di atas 0,70 atau $> 0,70$. Dengan demikian, 8 indikator pada variabel Entrepreneurship Education (EE) memenuhi convergent validity. Selanjutnya, variabel Entrepreneurship Education (EE) memiliki nilai cronbach's alpha (α), $0.936 > 0.70$, dan composite reliability (CR) sebesar $0.947 > 0,70$ sehingga memenuhi uji composite reliability.

Hasil juga menunjukkan bahwa variabel Entrepreneurship Education (EE) memiliki average variance extracted (AVE) $0.694 > 0,5$ sehingga memenuhi convergent validity. Setelah melakukan evaluasi model pengukuran atau outer model, peneliti selanjutnya melakukan evaluasi inner model atau juga dikenal sebagai evaluasi model struktural. Terdapat lima tahap prosedur dalam uji model struktural (inner model), yang meliputi: (1) menguji collinearity; 2) menguji koefisien jalur, 3) menguji level dari R-Square atau R²; (4) menguji efek ukuran f². Berikut ini table hasil dari perhitungan untuk model struktural (inner model) :

Tabel 1 Hasil Uji Koefisien Jalur

Hubungan Antar Variabel	P Values
EE → EP	0.000
EE → EM	0.000
EM → EP	0.000

Sumber : Data mentah yang diolah oleh peneliti, 2023

Tabel 2 Path Coefficient (Mean, STDEV, T-Values)

Hipotesis		Original Sample	T Statistics	P Values	Keterangan
H1	EE -> EP	0.622	7.920	0.000	Signifikan
H2	EE -> EM	0.492	8.433	0.000	Signifikan
H3	EM -> EP	0.486	6.152	0.000	Signifikan
H6	EE*EP -> EM	0.306	5.874	0.000	Signifikan

Sumber : Data mentah yang diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan hasil penelitian terkait pengaruh *entrepreneurship education* siswa oleh Leung and Sharma, (2021) yang berjudul “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, business center dan kreativitas siswa terhadap promosi kewirausahaan siswa” menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memberikan pengaruh secara langsung terhadap promosi dan kreativitas siswa terhadap mindset kewirausahaan dengan nilai sebesar 0,571. Hal tersebut memperkuat bahwa pendidikan kewirausahaan salah satu faktor penting untuk meningkatkan potensi penjualan pada siswa SMKN. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel X1 terhadap variabel Y dengan t hitung $(3,512) > t$ tabel $(1,984)$, angka tersebut menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap promosi kewirausahaan.

Teori dasar promosi kewirausahaan akan memberikan ilmu dan wawasan baru pada siswa SMKN untuk menggeluti di bidang bisnis yang mana juga akan meningkatkan intensitas penjualan bagi para siswa. Dengan teori ini siswa bisa mengimplementasikan wawasan yang mereka punya dalam bisnis mereka Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan terhadap promosi penjualan mempunyai pengaruh positif secara langsung dan signifikan. Selain itu dilihat dari hasil pengujian bootstrapping dengan analisis PLS pendidikan kewirausahaan terhadap promosi kewirausahaan

memiliki pengaruh secara langsung dan signifikan, hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien jalur sebesar 0.486 dan t statistik sebesar 6.152 nilai tersebut lebih besar dari t tabel $(1,960)$. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwasanya *entrepreneurial promotion* memiliki pengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap pendidikan kewirausahaan. Beberapa penelitian terdahulu yang terkait pengaruh pendidikan kewirausahaan dan promosi kewirausahaan oleh H Sjahrudin & Aulia, (2022) yang berjudul “Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan perilaku konsumen terhadap peningkatan penjualan pada ayam pedaging” hal ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memberikan pengaruh secara langsung terhadap promosi kewirausahaan dengan nilai sebesar 0,478. Hal tersebut memperkuat bahwasannya promosi kewirausahaan salah satu faktor penting untuk meningkatkan potensi penjualan pada siswa SMKN. Hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa berdasarkan hasil penelitian pendidikan kewirausahaan dan *entrepreneurial promotion* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap intensitas penjualan dikarenakan t-statistik lebih besar dari t-tabel dan nilai signifikansi atau p kurang dari 0,05.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa *entrepreneurship education* terhadap *entrepreneurial mindset* mempunyai pengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap mindset kewirausahaan. Selain itu, hasil pengujian bootstrapping dengan analisis PLS *entrepreneurship education* terhadap mindset kewirausahaan memiliki pengaruh secara langsung dan signifikan, hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien jalur sebesar 0,489 dan t statistik sebesar 8,381 nilai tersebut lebih besar dari t tabel $(1,960)$. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwasanya *entrepreneurship education* memiliki pengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap mindset kewirausahaan.

Disamping itu intensitas penjualan akan mengalami peningkatan jika promosi kewirausahaan dilakukan secara maksimal pemanfaatannya di dunia bisnis oleh para wirausaha, dengan memperhatikan suatu branding produk, kualitas produk dan keunggulan produk. Pentingnya suatu inovasi dan kreasi dalam peningkatan intensitas penjualan yang dapat memberikan keunggulan tersendiri tersendiri untuk produk yang sudah kita ciptakan daripada produk yang lain. Hal inilah yang membuat siswa juga tertarik dalam hal dunia bisnis apalagi di SMKN yang dimana sudah memiliki bekal praktik dan pengalaman yang cukup untuk memulai dan membuka sebuah bisnis.

PENUTUP

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Terdapat Hubungan *Entrepreneurship Education* Terhadap *Entrepreneurial Promotion* Melalui *Entrepreneurial Mindset* Sebagai Variabel Intervening Pada Peserta Didik Smk Se-Malang Raya. Pendidikan kewirausahaan memiliki peran krusial dalam mempromosikan jiwa kewirausahaan di kalangan peserta didik SMK di Malang Raya. Hal ini tercermin dari pengaruh positifnya terhadap pembentukan sikap mental atau mindset kewirausahaan yang kuat. Dengan demikian, hubungan antara pendidikan kewirausahaan, mindset kewirausahaan, dan promosi kewirausahaan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pendidikan Kewirausahaan: Pendidikan kewirausahaan di SMK Malang Raya memberikan landasan pengetahuan, keterampilan praktis, dan pemahaman tentang aspek-aspek bisnis kepada peserta didik. Hal ini membantu mereka mempersiapkan diri untuk masuki dunia kerja atau mengembangkan bisnis sendiri setelah lulus.
2. Mindset Kewirausahaan: Pendidikan kewirausahaan juga berperan penting dalam membentuk mindset atau pola pikir

kewirausahaan yang positif. Ini mencakup kemampuan untuk berpikir inovatif, mengambil risiko yang terukur, dan mengatasi tantangan dengan solusi kreatif. Mindset kewirausahaan yang kuat merupakan modal utama bagi peserta didik untuk sukses dalam mengelola bisnis atau menjadi pengusaha.

3. Promosi Kewirausahaan: Melalui pendidikan kewirausahaan, peserta didik diberdayakan untuk menjadi agen perubahan dalam mempromosikan kewirausahaan di Malang Raya. Mereka tidak hanya dapat menjadi pengusaha yang sukses, tetapi juga dapat membuka lapangan kerja baru dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi regional.

Untuk memperkuat hubungan antara pendidikan kewirausahaan, mindset kewirausahaan, dan promosi kewirausahaan di SMK Malang Raya, beberapa saran berikut dapat dipertimbangkan:

1. Pengembangan Kurikulum Berbasis Kewirausahaan: Mendesain kurikulum yang lebih terintegrasi dengan pendekatan berbasis proyek atau simulasi bisnis dapat meningkatkan keterlibatan dan penguasaan konsep kewirausahaan oleh peserta didik.
2. Pelatihan Guru dan Tenaga Pengajar: Memberikan pelatihan reguler kepada guru dan tenaga pengajar untuk meningkatkan kompetensi dalam mengajar kewirausahaan dan membimbing peserta didik dalam mengembangkan mindset kewirausahaan yang positif.
3. Kolaborasi dengan Dunia Industri: Menghadirkan praktisi bisnis atau wirausaha lokal sebagai pembicara tamu atau mentor dapat memberikan wawasan langsung tentang tantangan dan kesempatan di dunia bisnis kepada peserta didik.
4. Mendorong Kegiatan Ekstrakurikuler Berbasis Kewirausahaan: Membentuk klub atau

- komunitas kewirausahaan di sekolah untuk mengembangkan ide-ide bisnis, mengadakan kompetisi bisnis, atau mengikuti program inkubasi untuk memberi pengalaman langsung kepada peserta didik.
5. Pengukuran dan Evaluasi Berkelanjutan: Melakukan pengukuran secara berkala terhadap dampak pendidikan kewirausahaan terhadap mindset kewirausahaan dan promosi kewirausahaan di kalangan peserta didik, untuk mengevaluasi efektivitas program dan melakukan perbaikan jika diperlukan.

Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan SMK di Malang Raya dapat lebih efektif dalam mencetak generasi muda yang berpotensi menjadi pengusaha sukses dan berkontribusi positif pada ekonomi lokal dan nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Andalibi, M., 2019. Early Incorporation of Entrepreneurship Mindset in An Engineering Curriculum. *Int. J. High. Educ.* 8, 98. <https://doi.org/10.5430/ijhe.v8n4p98>
- Bacq, S., Lumpkin, G.T., 2021. Social Entrepreneurship and COVID-19. *J. Manag. Stud.* 58, 285–288. <https://doi.org/10.1111/joms.12641>
- Baggen, Y., Lans, T., Gulikers, J., 2022. Making Entrepreneurship Education Available to All: Design Principles for Educational Programs Stimulating an Entrepreneurial Mindset. *Entrep. Educ. Pedagogy* 5, 347–374. <https://doi.org/10.1177/2515127420988517>
- Berger, E.S.C., von Briel, F., Davidsson, P., Kuckertz, A., 2021. Digital or not – The future of entrepreneurship and innovation. *J. Bus. Res.* 125, 436–442.
- <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.12.020>
- Bischoff, K., Volkmann, C.K., Audretsch, D.B., 2018. Stakeholder collaboration in entrepreneurship education: an analysis of the entrepreneurial ecosystems of European higher educational institutions. *J. Technol. Transf.* 43, 20–46. <https://doi.org/10.1007/s10961-017-9581-0>
- Blankesteijn, M., Bossink, B., van der Sijde, P., 2021. Science-based entrepreneurship education as a means for university-industry technology transfer. *Int. Entrep. Manag. J.* 17, 779–808. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00623-3>
- Burnette, J.L., Pollack, J.M., Forsyth, R.B., Hoyt, C.L., Babij, A.D., Thomas, F.N., Coy, A.E., 2020. A Growth Mindset Intervention: Enhancing Students' Entrepreneurial Self-Efficacy and Career Development. *Entrep. Theory Pract.* 44, 878–908. <https://doi.org/10.1177/1042258719864293>
- Caplan, J., Kanigel, R., Tsakarestou, B., 2020. Entrepreneurial Journalism: Teaching Innovation and Nurturing an Entrepreneurial Mindset. *Journal. Mass Commun. Educ.* 75, 27–32. <https://doi.org/10.1177/1077695820904987>
- Cervelló-Royo, R., Moya-Clemente, I., Perelló-Marín, M.R., Ribes-Giner, G., 2020. Sustainable development, economic and financial factors, that influence the opportunity-driven entrepreneurship. An fsQCA approach. *J. Bus. Res.* 115, 393–402. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.031>
- Chhabra, S., Raghunathan, R., Rao, N.V.M., 2020. The antecedents of entrepreneurial intention among women entrepreneurs in

- India. Asia Pac. J. Innov. Entrep. 14, 76–92. <https://doi.org/10.1108/APJIE-06-2019-0034>
- Cui, J., Sun, J., Bell, R., 2021. The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial mindset of college students in China: The mediating role of inspiration and the role of educational attributes. Int. J. Manag. Educ. 19, 100296. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.04.001>
- Daspit, J.J., Fox, C.J., Findley, S.K., 2023. Entrepreneurial mindset: An integrated definition, a review of current insights, and directions for future research. J. Small Bus. Manag. 61, 12–44. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1907583>
- Debarliev, S., Janeska-Iliev, A., Stripeikis, O., Zupan, B., 2022. What can education bring to entrepreneurship? Formal versus non-formal education. J. Small Bus. Manag. 60, 219–252. <https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1700691>
- Drobyazko, S., Barwińska-Małajowicz, A., Ślusarczyk, B., Zavidna, L., Danylovych-Kropyvnytska, M., n.d. Innovative Entrepreneurship Models In The Management System Of Enterprise Competitiveness.
- Egerová, D., Eger, L., Mičík, M., 2017. Does entrepreneurship education matter? Business students' perspectives. Tert. Educ. Manag. 23, 319–333. <https://doi.org/10.1080/13583883.2017.1299205>
- Eijdenberg, E.L., Isaga, N.M., Paas, L.J., Masurrel, E., 2021. Fluid Entrepreneurial Motivations in Tanzania. J. Afr. Bus. 22, 171–189. <https://doi.org/10.1080/15228916.2019.1695191>
- Faghih, N., Bonyadi, E., Sarreshtehdari, L., 2021. Comparison of the entrepreneurial motivation in different economic groups. J. Glob. Entrep. Res. 11, 29–39. <https://doi.org/10.1007/s40497-021-00268-z>