



Bimbingan Siswa dari 3 Sekolah Menengah Kejuruan dalam Menentukan Pembuatan Bisnis Terkait pada Psikologis Pola Belajar dan Ekspektasi Sosial

Daffa Putra Pratama¹, Muhammad Farel Alfaraabi², Rinaldo Prarialdy Septiawan³, Tina Ruslianti⁴ Ibrahim Al Hakim⁵

¹²³⁴Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia

⁵Program Studi Bimbingan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia

E-mail: daffadarakelana@student.upi.edu, farelfaraabi@student.upi.edu, rinaldoupi@student.upi.edu, tinaruslianti55@student.upi.edu, ibrahimalhakim@upi.edu

Article Info

Article history:

Received May 03, 2026

Revised May 28, 2026

Accepted May 29, 2026

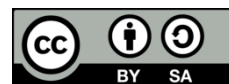
Keywords:

Lean Startup Methodology, Business Model Canvas, Minimum Viable Product, Validated Learning, Vocational Education, Zone of Proximal Development.

ABSTRACT

This study investigates the internalization of entrepreneurship education among 10 Grade 12 students from three Vocational High Schools (SMK) in Bandung, Indonesia, through the integration of modern business methodologies and psychological learning theories. Employing a qualitative approach with a descriptive case study design, data were collected via structured in-depth interviews covering two primary segments: learning patterns (Cognitive, Constructivism, Humanism, and Behaviorism) and social expectations. Findings reveal a significant structural cognitive gap among students, primarily stemming from overly abstract classroom instruction. Students independently mitigated this gap by leveraging digital visual platforms (YouTube and TikTok) as secondary cognitive scaffolding. Constructively, all informants recognized entrepreneurial opportunities in their coursework and collectively gravitated toward Minimum Viable Product (MVP) approaches aligned with Lean Startup Methodology, reframing failure as validated learning to guide strategic pivots. From a social constructivism perspective (Vygotsky's ZPD), varied forms of social support ranging from unconditional encouragement to protective skepticism from parents and peers did not diminish entrepreneurial intention; rather, challenging support strengthened students' mental resilience and critical risk-assessment capacities. This study concludes that an integrated ecosystem combining Lean Startup, BMC, MVP, experiential learning, and socio-cognitive scaffolding forms a robust framework for cultivating adaptive entrepreneurial competence in vocational 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

ABSTRACT

Penelitian ini mengkaji proses internalisasi pendidikan kewirausahaan pada 10 siswa kelas 12 dari tiga Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Bandung, Indonesia, melalui integrasi metodologi bisnis modern dan teori psikologi pembelajaran. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terstruktur yang mencakup dua segmen utama: pola belajar (Kognitif, Konstruktivisme, Humanisme, dan Behaviorisme) dan ekspektasi sosial. Hasil penelitian mengungkap adanya kesenjangan kognitif struktural yang signifikan di antara para siswa, yang bersumber dari metode pembelajaran di kelas yang

**Keywords:**

Metodologi Lean Startup,
Business Model Canvas,
Minimum Viable Product,
Pembelajaran Tervalidasi,
Pendidikan Kejuruan, Zona
Perkembangan Proksimal.

cenderung terlalu abstrak dan teoritis. Para siswa secara mandiri memitigasi kesenjangan ini melalui pemanfaatan platform digital visual (YouTube dan TikTok Edukasi) sebagai instrumen *scaffolding* kognitif sekunder. Secara konstruktif, seluruh informan mengakui urgensi materi kewirausahaan sebagai peluang bisnis nyata dan secara kolektif memilih pendekatan *Minimum Viable Product* (MVP) yang selaras dengan *Lean Startup Methodology*, memaknai kegagalan sebagai *validated learning* untuk memandu langkah perbaikan strategis (*pivot*). Dari perspektif konstruktivisme sosial (ZPD Vygotsky), beragam bentuk dukungan social mulai dari dukungan mutlak hingga skeptisisme protektif dari orang tua dan teman sebaya tidak melemahkan intensi wirausaha siswa; sebaliknya, dukungan yang bersifat menantang justru memperkuat ketahanan mental dan kemampuan kalkulasi risiko mereka. Penelitian ini menyimpulkan bahwa ekosistem terintegrasi yang memadukan *Lean Startup*, BMC, MVP, pembelajaran berbasis pengalaman, dan *scaffolding* sosio-kognitif membentuk kerangka yang kuat dalam menumbuhkan kompetensi kewirausahaan adaptif di pendidikan kejuruan.

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

**Corresponding Author:**

Daffa Putra Pratama
Universitas Pendidikan Indonesia
Email: daffadarakelana@student.upi.edu

PENDAHULUAN

Dalam era dinamika pasar yang kompetitif dan penuh ketidakpastian, model bisnis konvensional yang mengandalkan perencanaan jangka panjang yang kaku sering kali menghadapi risiko kegagalan yang tinggi. Banyak pelaku usaha baru (startup) gagal bukan karena ketidakmampuan memproduksi barang atau jasa, melainkan karena terjebak dalam pengembangan produk yang ternyata tidak memiliki serapan pasar (*market demand*). Guna memitigasi risiko tersebut, paradigma manajemen modern bergeser ke arah pendekatan yang lebih adaptif, efisien, dan berbasis data. Salah satu kerangka kerja yang mendominasi transformasi ini adalah *Lean Startup Methodology*. Dipopulerkan oleh Eric Ries, metodologi ini menekankan pada efisiensi proses melalui siklus umpan balik *Build-Measure-Learn*, sebuah pendekatan taktis yang bertujuan memangkas pemborosan sumber daya dan mempercepat waktu penetrasi pasar.

Dalam implementasinya, *Lean Startup Methodology* membutuhkan alat pemetaan strategi yang tangkas, yang secara komprehensif direpresentasikan oleh *Business Model Canvas* (BMC). Sebagai instrumen visual yang mencakup sembilan elemen esensial bisnis, BMC memungkinkan para inovator untuk merumuskan, menguji, dan mengubah hipotesis model bisnis mereka secara dinamis. Integrasi antara kerangka berpikir *Lean* dan visualisasi BMC ini kemudian diejawantahkan ke dalam penciptaan *Minimum Viable Product* (MVP). Melalui MVP, organisasi bisnis sengaja membatasi pengembangan awal hanya pada fitur-fitur esensial yang mampu menyelesaikan masalah utama pengguna. Fokus pada fitur esensial ini bukan sekadar efisiensi biaya, melainkan strategi taktis untuk melepaskan stimulus ke pasar sesegera mungkin demi melihat respons riil dari calon konsumen.

Respon riil dan interaksi konsumen terhadap MVP tersebut dapat dianalisis secara mendalam melalui lensa psikologi *Behavioral* (Behaviorisme) dan teori belajar *Constructivism*



(Konstruktivisme). Pendekatan *Behavioral* memandang bahwa validasi pasar yang paling akurat tidak terletak pada preferensi verbal konsumen dalam survei teoretis, melainkan pada perilaku nyata (*actual behavior*) mereka saat berinteraksi langsung dengan produk, seperti kesediaan untuk menggunakan dan membayar. Di sisi lain, *Constructivism* memberikan fondasi kognitif yang menjelaskan bagaimana pengetahuan dan pemahaman dibentuk. Dari sudut pandang pelaku usaha, pemahaman tentang pasar tidak dibangun secara pasif dari teori, melainkan dikonstruksi secara aktif melalui trial-and-error di lapangan. Begitu pula dari sudut pandang konsumen, persepsi dan adopsi terhadap inovasi baru dikonstruksi secara bertahap seiring pengalaman langsung mereka dalam mengeksplorasi fitur esensial MVP tersebut.

Benang merah dari seluruh proses adaptif ini bermuara pada repositori konseptual mengenai kegagalan, yang dalam ekosistem ini didefinisikan ulang sebagai *validated learning* (pembelajaran tervalidasi). Ketika sebuah MVP atau model bisnis yang dipetakan dalam BMC mengalami kegagalan di pasar, peristiwa tersebut tidak lagi dipandang sebagai akhir dari siklus bisnis, melainkan sebagai sebuah keberhasilan ilmiah dalam mengeliminasi hipotesis yang keliru. Kegagalan yang terukur menghasilkan data empiris yang valid mengenai apa yang tidak diinginkan oleh pasar, yang kemudian memandu pelaku bisnis untuk melakukan langkah koreksi strategis (*pivot*) atau melanjutkan eksekusi (*persevere*).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi bagaimana integrasi antara aspek metodologis (*Lean Startup* dan BMC), eksekusi produk (MVP), serta pendekatan psikologi-edukatif (*Behavioral*, *Constructivism*, dan *Validated Learning*) dapat membentuk sebuah ekosistem inovasi yang resilien. Melalui pemahaman yang holistik terhadap kelima pilar ini, diharapkan artikel ini dapat memberikan kontribusi teoretis maupun praktis bagi para akademisi dan praktisi dalam merancang strategi bisnis yang adaptif di tengah volatilitas pasar modern.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Orientasi Bisnis Tangkas: *Lean Startup Methodology* dan *Business Model Canvas* (BMC)

Dalam menavigasi volatilitas pasar modern, pendekatan konvensional yang mengandalkan perencanaan bisnis linier berjangka panjang sering kali tidak lagi relevan dan memicu risiko kegagalan yang tinggi. Sebagai solusinya, *Lean Startup Methodology* menawarkan paradigma manajemen kontemporer yang menitikberatkan pada efisiensi proses, minimalisasi pemborosan (*waste*), dan kecepatan adaptasi produk (Ries, 2019). Siklus inti dari metodologi ini adalah *Build-Measure-Learn*, sebuah proses sirkular di mana inovator dituntut untuk membangun gagasan mentah menjadi sebuah produk nyata, mengukur performanya di pasar menggunakan data empiris, dan menarik pembelajaran dari hasilnya untuk menentukan apakah arah bisnis harus dilanjutkan (*persevere*) atau diubah (*pivot*).

Agar siklus ini berjalan secara taktis, pelaku usaha membutuhkan instrumen pemetaan strategi yang dinamis dan fleksibel. Osterwalder dan Pigneur (2010) merumuskan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai sebuah kerangka kerja visual satu halaman yang mencakup sembilan elemen esensial bisnis. Integrasi antara prinsip *Lean Startup* dan BMC memungkinkan para wirausahawan pemula untuk menguji hipotesis-hipotesis operasional mereka seperti segmentasi konsumen (*Customer Segments*), proposisi nilai (*Value Propositions*), arsitektur saluran (*Channels*), hingga struktur finansial (*Cost Structure & Revenue Streams*) tanpa terjebak dalam dokumen rencana bisnis yang kaku.

2. Pengembangan Produk Awal Berbasis *Minimum Viable Product* (MVP) dan *Validated Learning*



Manifestasi praktis dari penggabungan *Lean Startup* dan BMC diwujudkan melalui penciptaan *Minimum Viable Product* (MVP). MVP didefinisikan sebagai versi paling mendasar dari sebuah produk baru yang hanya menyertakan fitur-fitur esensial, namun memiliki kapasitas fungsional untuk mengumpulkan pembelajaran tervalidasi (*validated learning*) maksimum tentang pelanggan dengan usaha dan biaya seminimal mungkin (Ries, 2019). Fokus pada fitur esensial ini bertujuan untuk meluncurkan produk ke pasar sesegera mungkin guna mendapatkan respons riil dari calon konsumen, bukan respons verbal teoritis.

Melalui pelemparan MVP ke pasar, kegagalan operasional tidak lagi dipandang sebagai akhir dari siklus bisnis atau bencana finansial, melainkan didefinisikan ulang sebagai instrumen ilmiah yang valid untuk mengeliminasi asumsi-asumsi bisnis yang keliru. Proses pengondisian kognitif ini melatih pembentukan *growth mindset* pelaku usaha. Sebagaimana ditegaskan oleh Wahyudi dan Lestari (2022), internalisasi *growth mindset* melalui konsep *validated learning* berbasis proyek mandiri sangat efektif untuk melatih resiliensi siswa; mereka diajarkan untuk memperlakukan kegagalan praktis sebagai data evaluasi yang objektif guna menyusun strategi inovasi baru yang lebih akurat dan adaptif terhadap kebutuhan pasar riil.

3. Teori Pembelajaran Kognitif: Taksonomi Bloom dan Keterampilan Berpikir Tingkat Tinggi (HOTS)

Pendidikan kewirausahaan di lembaga pendidikan formal tidak dapat didekati dengan metode pengajaran konvensional yang bersifat pasif atau berfokus pada hafalan teks. Secara teoretis, kapasitas kognitif siswa dalam berwirausaha bergerak dari tingkatan kognitif rendah (*Lower-Order Thinking Skills / LOTS*) menuju keterampilan berpikir tingkat tinggi (*Higher-Order Thinking Skills / HOTS*) berdasarkan modifikasi Taksonomi Bloom (Mulyani, 2021). Pembelajaran yang efektif harus mendorong siswa melompati ranah mengingat (C1) dan memahami (C2), untuk kemudian aktif di ranah menerapkan strategi pasar (C3: *Applying*), menganalisis dinamika data persaingan (C4: *Analyzing*), mengevaluasi kelayakan laporan keuangan (C5: *Evaluating*), dan puncaknya, menciptakan model bisnis orisinal yang bernilai jual (C6: *Creating*).

Namun, dalam realita instruksional, sering kali terjadi kesenjangan kognitif (*cognitive gap*) akibat keterbatasan metode pengajaran guru di kelas yang terlalu teoritis atau abstrak. Di era digital saat ini, agensi mandiri generasi Z cenderung mengatasi hambatan instruksional tersebut dengan memanfaatkan platform digital edukatif secara mandiri. Pratama dan Wijaya (2023) menemukan bahwa pemanfaatan media sosial berbasis visual seperti YouTube dan TikTok Edukasi bertindak sebagai jembatan kognitif efektif (*cognitive scaffolding*) yang mempermudah pemahaman operasional siswa, merekonstruksi teori abstrak di kelas menjadi visualisasi praktis yang aplikatif untuk pemecahan masalah bisnis di lapangan.

4. Perspektif Psikologi Belajar: *Experiential Learning*, Konstruktivisme, Humanisme, dan Behaviorisme

Pembentukan karakter dan intensi wirausaha pada siswa merupakan sebuah proses psikologis kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai aliran teori belajar:

- 1) **Teori Belajar Berbasis Pengalaman (*Experiential Learning Theory / ELT*)**
Dikembangkan oleh David Kolb, teori ini memandang pengetahuan sebagai hasil dari transformasi pengalaman nyata secara kontinu (Schunk dkk., 2020). Aktivitas berbisnis (siklus MVP) berjalan beriringan dengan tahapan ELT, di mana siswa mengalami dinamika pasar, merefleksikan kegagalan secara observatif, mengonseptualisasikan teori baru, dan mengujinya kembali lewat eksperimentasi aktif.



- 2) **Teori Konstruktivisme**, Aliran ini menekankan bahwa pembelajar mengonstruksi pemahaman mereka sendiri secara aktif dari pengalaman empiris (Santi dkk., 2019). Kesiapan berwirausaha terbentuk ketika siswa diberikan ruang untuk memecahkan masalah pasar secara mandiri, sehingga pengetahuan bisnis mereka terbangun dari fondasi *trial-and-error* yang konkret di lapangan.
- 3) **Teori Humanisme**, Teori ini menempatkan motivasi intrinsik dan pemenuhan aktualisasi diri sebagai motor utama dalam belajar (Schunk dkk., 2020). Intensi kewirausahaan yang menetap umumnya lahir ketika siswa mampu melihat nilai utilitas nyata dari materi tersebut bagi kemandirian masa depan mereka, yang sering kali dipicu oleh kehadiran keteladanan figur orang tua (*role model*) sebagai pendorong afektif.
- 4) **Teori Behaviorisme**, Pendekatan ini berfokus pada pengkondisian operan (*operant conditioning*) di mana stimulus lingkungan berupa tugas-tugas praktik niaga di sekolah secara bertahap membentuk respon perilaku (*behavior*) terencana (Wibowo dkk., 2022). Melalui pembiasaan praktik terstruktur ini, kebiasaan kedisiplinan kerja, tanggung jawab operasional, dan manajemen waktu dapat tertanam secara konsisten pada diri siswa.

5. Konstruktivisme Sosial Lev Vygotsky: *Zone of Proximal Development* (ZPD) dan Dukungan Sosial

Proses rekonstruksi kognitif dan pembentukan mentalitas wirausaha tidak terjadi dalam ruang isolasi sosial, melainkan sangat dipengaruhi oleh interaksi di dalam lingkungan terdekat siswa. Teori konstruktivisme sosial dari Lev Vygotsky memperkenalkan konsep *Zone of Proximal Development* (ZPD), yaitu ruang transisi antara kemampuan mandiri aktual yang dimiliki siswa dan potensi kemampuan optimal yang dapat dicapai melalui pemberian bantuan terstruktur (*scaffolding*) dari pihak luar yang lebih kompeten (Schunk dkk., 2020). Dalam ekosistem pendidikan kewirausahaan, fungsi *scaffolding* ini direpresentasikan oleh kehadiran dukungan sosial dari orang tua, guru di sekolah, serta kelompok teman sebaya (*peer group*).

Pengaruh dukungan sosial ini bertindak sebagai katalisator psikologis yang menentukan keberlanjutan intensi bisnis siswa. Indriyani dan Sukidjo (2020) menjelaskan bahwa lingkungan keluarga dan efikasi diri akademik memberikan kontribusi dominan dalam membentuk kemandirian mental wirausaha muda. Lebih lanjut, bentuk dukungan tidak harus selalu bersifat searah atau mutlak. Ramadani dan Wardana (2023) mengemukakan bahwa dukungan sosial yang bersifat menantang (*challenging social support*) seperti saran protektif dari orang tua yang mencemaskan kestabilan ekonomi atau skeptisisme realistik dari teman sebaya justru berdampak positif terhadap ketahanan mental siswa. Dinamika sosial yang menantang ini memaksa siswa untuk melakukan kalkulasi risiko secara matang, melatih regulasi diri, dan mendorong kolaborasi sebaya (*peer collaboration*) yang solid untuk membuktikan kelayakan ide bisnis mereka di dunia nyata (Fitriani dkk., 2024).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus deskriptif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena psikologis dan edukasi bisnis pada informan. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) terstruktur yang terbagi ke dalam dua segmen utama: Segmen Pola Belajar (mencakup dimensi Kognitif, Konstruktivisme, Humanisme, dan Behaviorisme) dan Segmen Ekspektasi Sosial.

Subjek penelitian dalam studi ini melibatkan 10 orang murid kelas 12 dari 3 Sekolah Menengah Kejuruan dengan variasi latar belakang peminatan jurusan dan pengalaman praktis



kewirausahaan. Masing-masing murid diketahui dengan inisial ditambah jurusan yang disingkat dan asal sekolahnya dibawah ini:

Tabel 1. Data Murid Sebagai Subjek penelitian

SMK Telkom Bandung	SMKN 2 Bandung
(NR) - DKV	(NB2) - RPL
(R) - BDP	(V) - PS
(NB1) - DKV	SMK Fajar Kencana
(I) - DKV	(C) - OTKP
(Z) - DKV	
(L) - RPL	
(A) - RPL	
(Y) - DKV	

Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis tematik (*thematic analysis*) melalui tahapan reduksi data, penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan kecukupan referensial. Detail daftar pertanyaan wawancara sebagai berikut:

Segmen Pola Belajar

1. Kognitif

- a) Seberapa paham kamu dengan materi yang disampaikan oleh guru?
- b) Apakah kamu mendapatkan referensi lain dalam belajar selain dari guru di sekolah (contoh: YouTube) dan mana yang lebih kamu pahami?
- c) Apa bagian tersulit ketika kamu mempelajari materi ini?

2. Konstruktivisme

- a) Menurut kamu, apakah materi ini bisa dijadikan sebuah peluang bisnis?
- b) Kira-kira kendala apa yang bakal ada ketika menjalankan ide bisnis yang kamu rancang?
- c) Menurut kamu, solusi apa yang masuk akal untuk menghadapi kendala tersebut? Dan alternatif apa yang kamu rencanakan jika, ide bisnis kamu tidak kamu tidak sesuai ekspektasi?



3. Humanisme

- a) Menurut kamu, apakah kamu minat dengan materi ini?
- b) Potensi apa yang bisa kamu kembangkan dari materi ini?
- c) Apa motivasi kamu untuk mempelajari materi ini?

4. Behavior

- Dari apa yang telah kamu pelajari, kira-kira apa tindakan yang ingin kamu lakukan untuk mewujudkan ide bisnis kamu?

Segmen Ekspektasi Sosial

- a) Bagaimana pandangan/harapan orang tua kamu ketika kamu punya ide bisnis untuk dirintis mandiri dibandingkan kerja di perusahaan?
- b) Apa reaksi teman kamu jika kamu menceritakan ide bisnis kamu? Apakah mereka mendukung atau meragukan karena dianggap tidak realistis?
- c) Apakah jadi pebisnis muda di bidang yang kamu ampu dianggap sebagai sesuatu yang bernilai dan didukung oleh guru-guru kamu di sekolah?

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis tematik terhadap seluruh informan (Siswa Kelas 12 dari berbagai peminatan jurusan), proses internalisasi pendidikan kewirausahaan menunjukkan pola interaksi yang dinamis antara dimensi psikologi belajar dan kesiapan mengeksekusi metodologi bisnis modern. Meskipun para siswa dihadapkan pada kurikulum formal yang sama, manifestasi kognitif, agensi mandiri, serta cara mereka merespons ekspektasi lingkungan sosial sangatlah heterogen.

1. Analisis Lintas Kasus Segmen Pola Belajar

a. Dimensi Kognitif dan Struktur Instruksional (Taksonomi Bloom C1–C6)

Tingkat pemahaman kognitif siswa terhadap materi kewirausahaan di sekolah berada pada spektrum yang sangat kontras. Di satu sisi, terdapat kelompok siswa dengan tingkat pemahaman tinggi, seperti Informan Asal (didukung pengalaman bisnis keluarga) dan Zalfa yang menyatakan sangat paham karena metode pengajaran gurunya adaptif menggunakan diskusi ala lingkungan kampus. Di sisi lain, Rafi, Ilham, dan Ana mengeluhkan rendahnya pemahaman mereka (Ana mengukur tingkat pemahamannya pada skala 2/10). Hambatan utama yang mereka rasakan adalah metode komunikasi guru yang terlalu bertele-tele, penggunaan istilah yang terlalu abstrak, serta minimnya penjelasan kontekstual.

Untuk mengatasi keterbatasan instruksional tersebut, mayoritas informan (Informan Asal, Informan 2, Rafi, Luthfiah, Variel, dan Ilham) secara mandiri mengalihkan pencarian referensi kognitif ke media digital, seperti YouTube, TikTok Edukasi, dan Google. Pembelajaran berbasis visual dan contoh riil di media sosial diakui jauh lebih mudah dicerna. Namun, ketika dihadapkan pada tingkat berpikir kognitif yang lebih tinggi (*Higher-Order Thinking Skills/HOTS*), khususnya pada fase Menganalisis (C4) hingga Menciptakan (C6), para siswa mengalami kegagapan transisional. Informan 2, Luthfiah, dan Variel kesulitan mentransformasikan ide abstrak menjadi konsep yang realistis dan menarik konsumen. Sementara itu, Zalfa dan Ana secara spesifik mengidentifikasi penyusunan kerangka kerja seperti *Business Model Canvas* (BMC) serta Laporan Evaluasi Keuangan sebagai materi paling rumit.



Kondisi ini menegaskan bahwa transmisi pengetahuan kewirausahaan tidak dapat dicapai jika hanya berhenti pada tingkat hafalan (C1) atau pemahaman pasif (C2). Sebagaimana dikemukakan oleh Mulyani (2021) dalam *Jurnal Pendidikan Ekonomi* (Sinta 2), proses pendidikan kewirausahaan di tingkat menengah harus mampu memfasilitasi keterampilan berpikir kritis siswa melalui studi kasus interaktif, agar mereka tidak terjebak dalam kebingungan struktural saat harus merancang ide usaha yang mandiri.

b. Dimensi Konstruktivisme, MVP, dan Siklus *Validated Learning*

Meskipun pemahaman teoretis mereka bervariasi, seluruh informan sepakat secara konstruktif bahwa materi kewirausahaan memiliki urgensi tinggi untuk dijadikan peluang bisnis nyata di kehidupan sehari-hari. Tantangan operasional yang mereka identifikasi di lapangan didominasi oleh masalah permodalan, penentuan harga pengeluaran modal (*Capital Expenditure/CAPEX*), report keuangan, pergeseran selera konsumen, serta rasa takut akan kegagalan.

Menariknya, strategi solutif yang diajukan para siswa merefleksikan prinsip-prinsip ketangkasan dalam Lean Startup Methodology melalui pendekatan *Minimum Viable Product* (MVP). Konsep "memulai dari skala kecil dengan risiko minimum" menjadi konsensus kolektif yang dipilih oleh Informan Asal, Informan 2, Rafi, Luthfiah, dan Variel. Solusi taktis yang diajukan pun sangat kontekstual:

Luthfiah dan Ana: Memilih menekan biaya operasional non-esensial melalui optimasi pemasaran digital di media sosial.

Variel: Mengusulkan tindakan eksperimentasi aktif yang sangat identik dengan validasi pasar, yaitu membuka gerai uji coba produk (*product testing booth*) guna mendapatkan ulasan jujur langsung dari calon konsumen.

Rafi, Zalfa, dan Ilham: Memilih pendekatan *scaffolding* profesional, yaitu mencari investor eksternal serta meminta pendampingan dan umpan balik rutin dari mentor atau tenaga ahli (*expert*).

Ketika hasil bisnis tidak sesuai dengan ekspektasi, pola pikir *Validated Learning* (pembelajaran tervalidasi) muncul secara alami sebagai bentuk regulasi diri. Informan Asal, Rafi, Luthfiah, Variel, dan Ana memilih untuk melakukan evaluasi total, meninjau ulang keputusan bisnis, serta melakukan pivot (mengubah konsep produk agar adaptif terhadap tren pasar terbaru). Bahkan, Zalfa menerapkan manajemen risiko yang sangat matang: ia memilih menutup bisnis yang tingkat kegagalannya terlalu tinggi (*failed attempt*), melakukan peninjauan ulang, lalu merancang ulang inovasi ide baru dari awal. Resiliensi berbasis data ini selaras dengan premis dari Ries (2019) dalam bukunya *The Lean Startup*, bahwa kemajuan sebuah rintisan usaha tidak diukur dari berapa banyak produk yang dibuat, melainkan seberapa cepat pelaku usaha mengumpulkan pembelajaran tervalidasi dari kegagalan pasar.

c. Dimensi Humanisme dan Motivasi Aktualisasi Diri

Melalui perspektif humanistik, motivasi para siswa untuk mempelajari kewirausahaan terbelah menjadi dua orientasi utama: motivasi ekstrinsik-instrumental dan motivasi intrinsik-aktualisasi diri. Rafi dan Variel secara pragmatis mengakui bahwa motivasi utama mereka didorong oleh orientasi finansial (keuntungan ekonomi). Di sisi lain, Ilham dan Ana memandang materi ini sekadar pemenuhan kewajiban akademis untuk mendapatkan nilai di sekolah.



Sebaliknya, dimensi aktualisasi diri yang kuat tampak pada Informan Asal, Luthfiah, dan Zalfa. Mereka menaruh minat besar karena kelas kewirausahaan melatih kemampuan berpikir rasional, keberanian mengambil risiko (*risk-taking*), kreativitas, serta kemandirian masa depan agar tidak bergantung pada ketersediaan lapangan kerja struktural. Zalfa bahkan menunjukkan rasa kagum yang mendalam terhadap cara berpikir para wirausahawan yang dinilai mampu berpikir "dua langkah di depan". Karakter-karakter humanistik ini mengonfirmasi teori motivasi dari Schunk dkk. (2020) dalam *Motivation in Education*, yang menyatakan bahwa ketika pembelajar mampu melihat nilai utilitas nyata dari suatu materi bagi masa depan mereka, maka motivasi intrinsik untuk menguasai keterampilan tersebut akan bertahan jauh lebih menetap.

d. Dimensi Behaviorisme dan Pembentukan Perilaku Terencana

Dari sudut pandang behavioristik, stimulus berupa penugasan praktik dan paparan materi kewirausahaan di sekolah berhasil membentuk respons perilaku terencana (*planned behavior*). Para siswa tidak lagi bertindak berdasarkan intuisi buta, melainkan mulai menunjukkan kebiasaan kedisiplinan kerja, manajemen waktu, dan komitmen tanggung jawab yang krusial bagi dunia bisnis. Langkah nyata yang mereka susun mencakup:

1. Pembuatan rencana usaha dan riset pasar terstruktur (Luthfiah dan Ilham).
2. Analisis kekuatan dan kelemahan internal menggunakan matriks SWOT sebelum memetakan target konsumen (Ana).
3. Melakukan uji ombak pasar melalui strategi promosi saat pembukaan awal (*grand opening*) (Zalfa).

Pola pembentukan perilaku yang terencana dan sistematis ini memperkuat penelitian dari Wibowo dkk. (2022) dalam *Jurnal Kewirausahaan dan Usaha Kecil* (Sinta 3), yang menemukan bahwa pembiasaan praktik niaga di sekolah bertindak sebagai pengondisian operan (*operant conditioning*) yang efektif membentuk kesiapan mental dan kedisiplinan kerja siswa dalam menghadapi volatilitas bisnis yang sebenarnya.

2. Analisis Lintas Kasus Segmen Ekspektasi Sosial (ZPD Vygotsky)

Lingkungan sosial terdekat bertindak sebagai ruang interaksi kognitif yang menentukan arah keputusan karier kewirausahaan siswa. Berdasarkan analisis data, fungsi dukungan sosial sebagai *scaffolding* di dalam *Zone of Proximal Development* (ZPD) para siswa dapat dikategorikan ke dalam tiga pola utama:

Tabel 2. Tipologi Dukungan Sosial Sebagai *Scaffolding* (ZPD)

Kategori ZPD	Karakteristik Respon	Subjek Informan
Dukungan Mutlak (Symmetric ZPD)	Orang tua membebaskan pilihan dan teman sejawat aktif membantu	Rafi, Luthfiah, Zalfa, Nabila, Narain, Citra
Dukungan Bersyarat (Protective ZPD)	Orang tua khawatir/ragu, meminta jaminan stabilitas ekonomi	Variel, Ilham, Ana, Yasmin, Citra
Skeptis/Apatis (Asymmetric ZPD)	Lingkungan sekolah tidak peduli kecuali jika siswa membuktikannya	Ilham

1) Dukungan Sosial Mutlak (*Symmetric Scaffolding*)

Rafi, Luthfiah, Zalfa, Nabila, Narain, dan Citra berada pada ekosistem sosial yang sangat ideal. Orang tua mereka memberikan kebebasan penuh, sementara teman-



teman sebaya memberikan suntikan semangat serta saran konstruktif. Ana bahkan memproyeksikan bahwa teman-temannya tidak hanya akan menjadi pelanggan pertama, tetapi juga bersedia menawarkan diri menjadi mitra (*partner*) bisnis jangka panjang karena faktor tingkat kepercayaan yang tinggi. Namun, untuk Citra sebenarnya tidak benar-benar berada pada ekosistem yang ideal juga. Untuk dukungan dari internal, Citra berada pada posisi Protective ZPD, teman-teman Citra yang membuat Citra berada pada ekosistem yang ideal.

2) Dukungan Sosial Bersyarat (*Protective Scaffolding*)

Citra, Variel, dan Zalfa menghadapi restu orang tua yang diwarnai kecemasan. Orang tua mereka menganggap dunia usaha terlalu berisiko karena tidak menjamin pendapatan tetap bulanan, sehingga mereka disarankan untuk mengutamakan stabilitas melalui pendidikan tinggi atau mencari pengalaman kerja kantoran terlebih dahulu. Dari sisi teman sebaya, Variel dan Citra juga sempat menerima keraguan dari teman-teman yang menganggap ide mereka kurang realistis. Namun, para siswa menunjukkan kematangan emosional dengan menjadikan skeptisisme tersebut sebagai motivasi untuk melakukan pembuktian empiris secara bertahap.

3) Ekosistem Sekolah yang Apatis

Fenomena unik ditunjukkan oleh Ilham yang merasa bahwa pihak sekolah tidak akan peduli atau memberikan nilai terhadap status mereka sebagai pebisnis muda, kecuali jika siswa tersebut berinisiatif untuk menyuarkan pencapaiannya sendiri (*speak up*) ke permukaan.

Dalam perspektif konstruktivisme sosial Lev Vygotsky, keragaman ekspektasi sosial ini tidak memperlemah intensi wirausaha siswa, melainkan memperkaya kualitas mental mereka. Saran protektif dari orang tua dan tantangan skeptis dari teman sebaya memaksa para siswa keluar dari zona nyaman kognitifnya untuk menyusun strategi bisnis yang jauh lebih matang. Sejalan dengan temuan Ramadani & Wardana (2023) dalam *Jurnal Teori dan Aplikasi Kependidikan*, *social support* yang bersifat menantang (*challenging support*) justru memiliki korelasi positif yang signifikan terhadap pembentukan ketahanan mental wirausaha muda, karena melatih mereka melakukan kalkulasi risiko yang matang sebelum terjun ke pasar bebas.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengungkap bahwa proses internalisasi pendidikan kewirausahaan pada siswa tingkat menengah kejuruan (SMK) merupakan sebuah manifes psikologis-edukatif yang kompleks, di mana dimensi kognitif, agensi mandiri, aktualisasi diri, dan interaksi sosial saling bertaut.

Secara kognitif, terdapat *gap* struktural yang lebar di antara para siswa. Hambatan utama bersumber dari metode instruksional guru di kelas yang cenderung teoritis-abstrak dan keterbatasan waktu praktik, khususnya pada aspek numerik (akuntansi biaya dasar) dan penyusunan kerangka strategis seperti *Business Model Canvas* (BMC). Namun, kesenjangan kognitif (*cognitive gap*) ini berhasil dimitigasi secara mandiri oleh siswa melalui pemanfaatan platform digital visual (YouTube dan TikTok Edukasi) sebagai instrumen *scaffolding* kognitif sekunder.

Meskipun kemampuan kognitif siswa berada pada spektrum yang kontras, mereka secara konstruktif memiliki orientasi ketangkasan bisnis (*business agility*) yang selaras dengan *Lean*



Startup Methodology. Siswa secara kolektif memilih pendekatan *Minimum Viable Product* (MVP) skala kecil untuk menekan biaya modal (*Cost Structure*) dan meminimalkan risiko kegagalan di pasar bebas. Ketika menghadapi kegagalan praktik, siswa menunjukkan regulasi diri dan *growth mindset* yang matang; mereka menginternalisasi kegagalan sebagai proses *validated learning* untuk melakukan perbaikan strategi atau mengubah konsep produk (*pivot*), alih-alih memilih untuk menyerah.

Terakhir, fungsi dukungan sosial (orang tua, guru, dan teman sebaya) bertindak sebagai *scaffolding* psikologis yang sangat krusial di dalam *Zone of Proximal Development* (ZPD) siswa. Variasi dukungan yang diterima—baik berupa dukungan mutlak, saran protektif yang mencemaskan stabilitas ekonomi, hingga skeptisisme realistik dari kelompok sebaya—tidak melemahkan niat wirausaha siswa. Sebaliknya, dinamika sosial yang menantang tersebut justru melatih ketahanan mental (*resilience*), efikasi diri, dan mendorong lahirnya kolaborasi sebaya (*peer collaboration*) yang solid untuk membuktikan kelayakan ide bisnis mereka secara nyata.

SARAN

Berdasarkan keterbatasan waktu penelitian yang membuat tim peneliti belum sempat memberikan sesi umpan balik (*feedback*) secara personal kepada masing-masing narasumber, maka bagian saran ini dirumuskan sebagai panduan reflektif sekaligus bimbingan motivasional, baik bagi para pembaca luas maupun bagi para siswa informan yang terlibat:

- 1) Bagi Informan Siswa dan Pembaca Muda (Bimbingan Mengatasi Regulasi Diri dan Rasa Takut): Untuk seluruh anak muda, terutama para informan hebat dalam penelitian ini (Zalfa, Rafi, Ilham, Ana, Luthfiah, Variel, dan Informan Lainnya), jangan pernah takut untuk melangkah dan membangun bisnis sendiri. Ketakutan akan modal, rumitnya laporan keuangan, ketatnya persaingan, hingga bayang-bayang kegagalan adalah hal yang sepenuhnya valid dan normal dirasakan oleh siapapun. Kuncinya bukanlah menunggu segalanya menjadi sempurna, melainkan mengadopsi mentalitas *Lean*: "mulai dari hal kecil, lakukan sekarang, dan belajar dari prosesnya". Jadikan setiap kegagalan atau skeptisisme lingkungan bukan sebagai tembok penghenti langkah, melainkan sebagai data ilmiah (*validated learning*) untuk tumbuh menjadi lebih matang. Kemampuan kalian dalam memanfaatkan media digital dan membaca peluang adalah aset berharga yang membuktikan bahwa kalian mampu bersaing di industri modern.
- 2) Bagi Pendidik dan Lembaga Sekolah: Metode pengajaran mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan (PKKWU) harus mulai bergeser dari metode ceramah konvensional atau PowerPoint (PPT) teoritis menuju pembelajaran berbasis proyek interaktif. Guru disarankan mengintegrasikan media visual digital dan studi kasus nyata dalam menjelaskan materi rumit seperti laporan keuangan dan BMC. Selain itu, praktik niaga di sekolah tidak boleh berhenti pada tahap pembuatan produk (*Build*), melainkan harus difasilitasi hingga tahap pemasaran dan uji pasar (*Measure*) agar siswa mendapatkan pengalaman hulu-ke-hilir yang utuh.
- 3) Bagi Orang Tua dan Lingkungan Sosial: Diharapkan dapat memberikan ruang ekspresi yang seimbang bagi anak. Kekhawatiran mengenai stabilitas ekonomi masa depan sebaiknya disalurkan dalam bentuk diskusi kalkulasi risiko yang konstruktif, bukan pembatasan ide usaha, mengingat dukungan keluarga merupakan penguat efikasi diri yang paling dominan bagi wirausaha muda.
- 4) Bagi Penelitian Selanjutnya: Penelitian masa depan diharapkan dapat memperluas lokus penelitian menggunakan metode kuantitatif atau *Mixed-Methods* dengan melibatkan jumlah sampel yang lebih besar untuk menguji korelasi kausalitas antara variabel efikasi



diri digital, bentuk dukungan sosial, dan keberlanjutan unit bisnis yang dirintis oleh siswa pasca-kelulusan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arnita, V., Nurhayati, S., Tambunan, Y., & Indriani, Y. (2023). Pemahaman membuat laporan keuangan dan pemahaman pelaporan wajib pajak UMKM di Pasar Rawa Gebang Kabupaten Langkat. *MARTABE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(10), 3869–3874.
- Chandra, N., Fontanella, A., Gustati, Yusnani, & Endrawati. (2024). Pelatihan Business Model Canvas (BMC) untuk meningkatkan minat berwirausaha siswa SMK. *Jurnal Vokasi*, 8(2), 243–250.
- Fitriani, R., Utami, P., & Hidayat, R. (2024). Ekosistem sosial dan peer collaboration: Katalisator utama intensi berwirausaha siswa menengah kejuruan. *Jurnal Cakrawala Pendidikan*, 43(1), 89–102.
- Indriyani, I., & Sukidjo, S. (2020). Pengaruh efikasi diri, lingkungan keluarga, dan pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha siswa. *Jurnal Cakrawala Pendidikan*, 39(2), 374–387. <https://doi.org/10.21831/cp.v39i2.30235>
- Mulyani, S. (2021). Transformasi pendidikan kewirausahaan pada era disrupsi: Mengembangkan Higher-Order Thinking Skills (HOTS) berbasis masalah. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 15(2), 112–125.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons.
- Pratama, A. Y., & Wijaya, M. (2023). Pemanfaatan media sosial visual sebagai scaffolding kognitif mandiri dalam pendidikan niaga Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen*, 9(2), 143–156.
- Ramadani, A. F., & Wardana, M. (2023). Pengaruh challenging social support dan efikasi diri terhadap ketahanan mental wirausaha muda di sekolah menengah kejuruan. *Jurnal Teori dan Aplikasi Kependidikan*, 8(1), 45–58.
- Ries, E. (2019). *The Lean Startup: Cara Pengusaha Masa Kini Menggunakan Inovasi Berkelanjutan untuk Menciptakan Bisnis yang Sukses Total*. Bentang Pustaka.
- Santi, N., Yulitri, R., & Handayani, S. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesiapan berwirausaha siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis*, 7(1), 32–41.
- Schunk, D. H., Meece, J. L., & Pintrich, P. R. (2020). *Motivation in Education: Theory, Research, and Applications* (5th ed.). Pearson.
- Suharti, L., & Sirine, H. (2016). Mengembangkan model intensi kewirausahaan melalui pendidikan kewirausahaan pada mahasiswa di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(2), 174–186.
- Sulastri, S., Adam, M., Saftiana, Y., Nailis, W., & Putri, Y. H. (2022). Pelatihan dan pendampingan penyusunan rencana bisnis model kanvas bagi usaha mikro kecil dan menengah. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(1), 121–130. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i1.6231>
- Wahyudi, S., & Lestari, T. (2022). Internalisasi growth mindset dan validated learning melalui pembelajaran kewirausahaan berbasis proyek. *Jurnal Kewirausahaan Indonesia*, 4(2), 77–91.
- Wibowo, A., Widjaja, S., & Utama, S. (2022). Pengondisian operan dalam pembiasaan karakter disiplin kerja dan manajemen waktu melalui praktik niaga sekolah. *Jurnal Kewirausahaan dan Usaha Kecil*, 5(3), 201–215.