

## Peran Perspektif Filosofis Dalam Mendorong Identifikasi Peluang: Pendidikan Kewirausahaan

Arman Maulana<sup>1</sup>, Siti Rosmayati<sup>2</sup>

<sup>1</sup>STAI Bhakti Persada Majalaya Bandung

<sup>2</sup>Politeknik Piksi Ganesha

e-mail: [armandjexo@gmail.com](mailto:armandjexo@gmail.com)<sup>1</sup>, [siti.rosmayati91@gmail.com](mailto:siti.rosmayati91@gmail.com)<sup>2</sup>

### Abstrak

Jumlah program *Entrepreneurship Education* (EE) yang dirancang untuk mendorong *Opportunity Identification* (OI) sebagai keterampilan kewirausahaan utama telah berkembang pesat selama beberapa dekade terakhir. Namun, program EE ini sebagian besar tidak memiliki kerangka teori yang kuat untuk membantu pendidik dan peneliti memilih metode pengajaran yang sejalan dengan pandangan filosofis mereka. Studi ini mengusulkan kerangka kerja berbasis teori untuk mengembangkan OI dengan menjembatani bidang kewirausahaan dan pendidikan, dengan mempertimbangkan asumsi ontologis dan epistemologis yang ada di kedua bidang tersebut. Kerangka yang diusulkan mencakup perspektif filosofis yang berbeda tentang peluang kewirausahaan dan strategi untuk mengidentifikasi peluang, serta teori pembelajaran dan pendekatan pedagogis yang paling relevan untuk memajukan OI. Kerangka tersebut menyarankan bahwa untuk mengembangkan program EE yang dapat secara efektif meningkatkan kinerja masing-masing OI, perspektif yang berbeda tentang peluang dan pembelajaran yang muncul harus disatukan dan diintegrasikan ke dalam program EE yang koheren dan konstruktif. Artikel ini diakhiri dengan implikasi untuk teori dan praktek di bidang pendidikan kewirausahaan.

**Kata Kunci:** Pendidikan kewirausahaan, Identifikasi peluang Penemuan peluang, Penciptaan peluang Perspektif filosofis Teori pembelajaran, Pendekatan pengajaran.

### Abstrack

*The number of Entrepreneurship Education (EE) programs designed to promote Opportunity Identification (OI) as a key entrepreneurial skill has grown rapidly over the last few decades. However, these EE programs largely lack a strong theoretical framework to help educators and researchers choose teaching methods that are in line with their philosophical views. This study proposes a theory-based framework for developing OI by bridging the fields of entrepreneurship and education, taking into account the ontological and epistemological assumptions that exist in both fields. The proposed framework includes different philosophical perspectives on entrepreneurial opportunities and strategies for identifying opportunities, as well as the learning theories and pedagogical approaches most relevant to advancing OI. The framework suggests that in order to develop EE programs that can effectively improve the performance of individual OIs, different perspectives on emerging opportunities and learnings must be unified and integrated into a coherent and constructive EE program. This article ends with implications for theory and practice in the field of entrepreneurship education.*

**Keywords:** *Entrepreneurship education, Identification of opportunities Discovery of opportunities, Creating opportunities Philosophical perspective Learning theory, Teaching approach.*

## PENDAHULUAN

Selama beberapa dekade terakhir, kewirausahaan secara substansial telah menjadi subjek ekonomi, sosial, dan yang sering diteliti di seluruh dunia (Ratten & Jones, 2021).

Kewirausahaan tidak lagi hanya dipandang sebagai elemen kunci bagi lingkungan bisnis dan mereka yang terlibat. Seperti juga disebutkan dalam laporan *The Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)* tentang kewirausahaan dalam pendidikan dan kerangka kompetensi kewirausahaan Eropa atau “*EntreComp*” (Van den Brande, 2016), pengembangan kompetensi dan pola pikir kewirausahaan kini tertanam dalam kebijakan untuk menumbuhkan kapasitas kewirausahaan seluruh warga negara.

Pandangan bahwa pengajaran kewirausahaan dapat bermanfaat bagi semua warga negara telah berkontribusi pada peningkatan yang signifikan dalam jumlah dan status program *Entrepreneurship Education (EE)* di perguruan tinggi Indonesia untuk mengembangkan kompetensi kewirausahaan individu. Dalam hal ini, mengingat pentingnya mengidentifikasi peluang potensial pada tahap awal proses kewirausahaan banyak pengusaha menegaskan bahwa *Opportunities Identify (OI)* adalah salah satu kemampuan kewirausahaan kunci dari setiap pengusaha sukses atau warga wirausaha dan dengan demikian, harus menjadi topik sentral dalam program EE (Lumpkin et al., 2004). OI didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk mengidentifikasi ide dan mentransfernya ke produk, proses, atau layanan potensial yang memiliki nilai bagi pelanggan, pengguna akhir, atau masyarakat.

Dengan munculnya Shane dan Venkataraman (2000) menjelaskan “teori perhubungan peluang individu dalam literatur kewirausahaan, peningkatan perhatian telah diberikan pada peran individu dalam proses OI”. Berdasarkan teori ini, agar aktivitas kewirausahaan terjadi, harus ada interaksi rekursif antara konteks (yaitu sumber peluang) dan individu. Selain itu, teori Shane dan Venkataraman menyebabkan pergeseran model statis yang melihat perilaku kewirausahaan hanya dihasilkan dari sifat-sifat yang melekat tertentu. Misalnya, kemampuan OI tidak lagi dianggap sebagai anugerah alami yang hanya dimiliki oleh beberapa individu, melainkan berpendapat bahwa OI adalah kemampuan kognitif yang dapat dikembangkan melalui pengajaran. Argumen ini sangat meningkatkan jumlah program EE yang bertujuan untuk mengeksplorasi dan mengembangkan kemampuan OI. Namun, peningkatan pesat dalam program EE telah disertai dengan meningkatnya kekhawatiran mengenai sifat program yang terfragmentasi karena kurangnya landasan teori yang jelas. Menurut Fayolle (2013) “program EE menggunakan paradigma yang berbeda dengan pandangan ontologis yang berbeda tentang sifat kewirausahaan, konsepsi yang berbeda dari pembelajaran kewirausahaan dan pedagogi, dan berbagai pendekatan pengajaran yang bahkan tidak sesuai dengan perspektif ontologis yang dianut”. Dalam hal ini, bahwa bidang EE membutuhkan kerangka konseptual yang kuat yang transparan dan sangat terkait dengan sifat filosofisnya.

Menurut Fayolle (2013) menegaskan bahwa “fondasi konseptual yang kuat dari bidang EE harus diambil dari integrasi pengetahuan di kedua kewirausahaan dan bidang pendidikan, karena EE berada di persimpangan dua bidang ini”. Lebih penting lagi, sementara EE adalah bidang yang berkembang pesat tetapi relatif muda, terbelakang, ilmu pendidikan memiliki sejarah panjang yang dapat dimanfaatkan EE untuk meningkatkan dan mendukung pendekatan pengajarannya. Dengan demikian, bidang pendidikan dan kewirausahaan memiliki perspektif filosofis yang sama (yaitu paradigma), perspektif ini memiliki nilai untuk menjembatani bidang kewirausahaan dan pendidikan dengan menerjemahkan aspek-aspek yang relevan dari teori pembelajaran ke dalam pendekatan pengajaran yang optimal di bidang EE. Upaya menjembatani bidang kewirausahaan dan pendidikan ini dapat menawarkan pedoman yang lebih baik bagi pendidik EE melalui pendekatan pengajaran yang kontras, menghasilkan program EE yang lebih kuat, secara konseptual, dan berbasis teori.

Dalam hal ini, tujuan utama dari pekerjaan konseptual ini adalah untuk menguji implikasi pendidikan dari dua perspektif filosofis utama di bidang kewirausahaan mengenai peluang kewirausahaan (yaitu, penemuan dan penciptaan peluang). Ini akan dilakukan

dengan mengeksplorasi hubungan antara kedua perspektif dan teori belajar di bidang pendidikan berdasarkan akar filosofis bersama. Hasilnya akan menjadi kerangka kerja konseptual yang akan menginformasikan pendidik dan peneliti EE di masa mendatang tentang teori pembelajaran dan pendekatan pengajaran yang paling relevan untuk mengembangkan OI berdasarkan pada setiap perspektif filosofis. Lebih penting lagi, banyak sarjana telah mengelaborasi perspektif penemuan dalam kaitannya dengan OI dan pendidikan, tetapi sedikit perhatian diberikan pada perspektif penciptaan dalam hal ini (Nab et al., 2013). Ini bermasalah, mengingat meningkatnya perhatian untuk apa yang disebut program EE luas di mana individu belajar di lingkungan otentik, kewirausahaan, dan pendidikan yang menantang mereka untuk berpikir kreatif, bereksperimen, dan mentolerir ketidakpastian dalam menciptakan nilai bagi orang lain (Baggen, Lans, & Gulikers, 2021). Dalam program EE yang begitu luas, sangat penting untuk menciptakan nilai dalam interaksi dengan dunia nyata dan dengan orang lain. Dengan demikian, pemikiran di balik program EE luas terkait erat dengan perspektif kreasi terhadap OI – juga, dari perspektif ini, peluang terjadi dalam proses interaksi sosial. Oleh karena itu, selain menguraikan perspektif penemuan dalam kaitannya dengan teori pembelajaran dalam konteks EE, yang membuat penelitian ini unik, adalah bahwa studi ini juga mengeksplorasi keterkaitan konseptual antara perspektif penciptaan sebagai landasan konseptual filosofis untuk program EE yang luas.

Sisa dari makalah ini berlangsung sebagai berikut. Pertama, sejalan dengan kajian konseptual sebelumnya, tinjauan luas dari literatur yang tersedia dilakukan pada perspektif filosofis yang berbeda dari peluang kewirausahaan. Berdasarkan tinjauan literatur, kerangka konseptual kemudian disajikan dengan beberapa diskusi dan kesimpulan tentang bagaimana pendidik dan peneliti EE di masa depan dapat menggunakannya untuk mengembangkan program untuk mendorong OI.

## **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

### **A. Perspektif Penemuan Peluang**

Para ahli percaya bahwa peluang ada ketika ketidaksempurnaan kompetitif ada di pasar produk atau faktor yang menghasilkan potensi kekayaan ekonomi. Dari perspektif penemuan, ketidaksempurnaan kompetitif ini diasumsikan muncul secara eksogen dari perubahan teknologi, perubahan politik, perubahan sosial, atau atribut lain dari perusahaan, konteks di mana pasar ada bahwa individu dapat menemukan. Penekanan pada kekuatan eksogen menunjukkan bahwa perspektif penemuan didasarkan pada realisontologi, yang berarti bahwa peluang ada sebagai fenomena objektif yang independen dari individu (Alvarez & Barney, 2007).

Sementara ontologi menimbulkan pertanyaan tentang sifat realitas di dunia (Denzin & Lincoln, 2005), dalam perspektif filosofis, epistemologi menentukan bagaimana manusia memaknai dunia secara bermakna. Dalam perspektif penemuan, individu membuat pilihan berdasarkan pengambilan keputusan yang rasional (yaitu positivisepistemologi) atau menggunakan interpretasi subjektif mereka tentang pengalaman dan pengetahuan masa lalu untuk menemukan peluang (yaitu post-positivisepistemologi) (Chiles dkk., 2010). Berdasarkan dua epistemologi tersebut, para sarjana kewirausahaan membedakan tiga pendekatan untuk menemukan peluang, yaitu, pencarian aktif, penemuan kebetulan, dan pencarian pasif.

#### **1. Strategi Pencarian Aktif Untuk Menemukan Peluang**

Pendukung strategi pencarian aktif mengajukan gagasan bahwa wirausahawan dapat menemukan peluang yang menguntungkan melalui pencarian yang disengaja ataupun dengan kesadaran (Chandler dkk., 2003). Pencarian dapat dirangsang baik karena kegagalan singkat

di pasar persaingan sempurna (yaitu pandangan ekonomi neoklasik) atau distribusi heterogen dari informasi dan sumber daya tertentu (yaitu pandangan ekonomi informasi). Meskipun kedua pandangan mengasumsikan bahwa peluang objektif ada di pasar, mereka memiliki asumsi yang berbeda tentang bagaimana individu dapat secara aktif berinteraksi dengan sumber peluang untuk menemukannya.

#### **a. Pandangan Ekonomi Neoklasik**

Pandangan ekonomi neoklasik sejalan dengan konsepsi pasar sebagai “*allocation process*” dimana peran pengusaha adalah untuk mencocokkan produk yang dikenal dengan permintaan yang ada (Miller, 2007). Teori neoklasik dikembangkan di sekitar asumsi informasi yang sempurna (Gowdy & Olsen, 1994), yang berarti semua individu di pasar memiliki informasi lengkap sebelum meluncurkan bisnis. Sudut pandang ini berakar pada positivisepistemologi, dengan asumsi bahwa mungkin bagi setiap individu di pasar untuk secara jelas memahami dan menentukan tujuan yang ingin mereka capai dan secara sistematis mencari peluang yang menguntungkan dalam pasar yang memenuhi tujuan itu melalui penalaran deduktif, penjelasan kausal, inferensi statistik, dan perhitungan risiko (Chandler dkk., 2011; Sarasvathy, 2001).

**Teori belajar yang relevan.** Behaviorisme adalah teori belajar yang paling konsisten dengan pandangan neoklasik dari strategi pencarian aktif. Behaviorisme menemukan akar dalam ontologi realis dan epistemologi positivis. Fokus pendekatan pengajaran yang terkait dengan perspektif behaviorisme adalah pada pengamatan eksternal perilaku individu dalam menanggapi rangsangan eksternal dan hubungan hukum dan kausal di antara mereka. Dalam behaviorisme, pendidik menggunakan pendekatan pengajaran yang melibatkan proses mekanis dan langkah-langkah sistematis. Dalam pendekatan behavioris seperti itu, asumsi utama adalah bahwa individu hanya membutuhkan pengetahuan objektif yang diperoleh melalui pendekatan didaktik untuk melakukan pekerjaan mereka secara efisien. (Bel, 2021).

**Implikasi untuk EE.** Para ahli berpendapat bahwa pendekatan pengajaran behavioris lebih cocok untuk karir dan program pendidikan teknis, yang memerlukan standar kinerja tertentu dan untuk mengajar “*about*” kewirausahaan (Bel, 2021). Pendekatan behavioris juga sejalan dengan Bechard dan Gregoire (2005) model pasokandari EE, di mana guru dipahami sebagai dosen dan penyaji informasi, seperti langkah-langkah yang harus diambil peserta didik untuk mencapai tujuan tertentu, dan peserta didik kurang lebih penerima pasif dari informasi tersebut. Jejak pemikiran behavioris pada EE juga dapat dilihat dalam beberapa penelitian yang bertujuan untuk mendukung OI. Mengingat pentingnya perhitungan risiko dalam pandangan neoklasik tentang penemuan peluang, Menurut Nab dkk. (2014) melaporkan bahwa “mengajar individu bagaimana memperkirakan risiko peluang adalah strategi penting dari guru ahli untuk mengajar OI bisnis”. Selain itu, para sarjana menggunakan pendekatan behavioris lain untuk mendorong OI, tidak harus didasarkan pada sudut pandang pencarian aktif neoklasik tetapi sejalan dengan epistemologi positivisnya. Contohnya, pemberian informasi tentang perubahan teknologi di pasar (sebagai sumber peluang) oleh guru berfungsi sebagai rangsangan eksternal yang secara positif memengaruhi jumlah dan isi gagasan yang dihasilkan. Dalam beberapa studi, pendidik secara pasif mengajarkan individu pengetahuan teoritis tentang kewirausahaan dan proses OI, bagaimana menghasilkan ide dan cara menulis rencana bisnis. Menurut Honig dan Karlsson (2004), mengembangkan rencana bisnis “...adalah kegiatan rasional yang membantu pemilik perusahaan baru (pengusaha) untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar melalui keuntungan efisiensi dan/atau peningkatan penjualan”. Dengan demikian, para ahli merujuk pada penulisan rencana bisnis sebagai contoh pendekatan sebab-akibat dalam program EE (Chandler dkk., 2011).

**Kesimpulannya**, untuk mendukung kemampuan OI individu melalui pendekatan pengajaran behavioris, pendidik harus mentransfer dua jenis pengetahuan yang diperlukan untuk mengidentifikasi peluang potensial: (1) pengetahuan deklaratif, seperti mengetahui teori dan prinsip di balik OI kewirausahaan, dan (2) pengetahuan prosedural, seperti mengetahui langkah-langkah menghasilkan ide bisnis, menulis rencana bisnis, dan/atau menghitung risikonya. Pelajar, di sisi lain, harus menghafal pengetahuan yang disajikan melalui pengeboran berulang pada tugas belajar yang sederhana hingga yang kompleks dan dengan menerima umpan balik informatif dari pendidik (yaitu penguatan) berdasarkan perilaku mereka yang dapat diamati (Anderson & Dron, 2011). Contoh perilaku yang dapat diamati adalah menulis rencana bisnis untuk peluang potensial. Sehubungan dengan itu, sebagaimana dikemukakan oleh Ertmer dan Newby (2013) “pendidik harus memberikan informasi eksplisit kepada individu tentang cara melaksanakan respons yang dapat diamati dengan benar (misalnya dengan menentukan langkah-langkah untuk menulis rencana bisnis dan elemen esensialnya) dan kondisi di mana respons itu harus dibuat (misalnya dengan membiarkan mereka tahu kapan harus menulis rencana bisnis dalam proses OI)”.

#### **b. Pandangan Ekonomi Informasi**

Berbeda dengan pandangan neoklasik, Stigler (1961) “pandangan ekonomi informasi meninggalkan asumsi implisit informasi sempurna dan memperkenalkan konsep informasi tidak sempurna ke dalam ekonomi”. Berdasarkan sudut pandang ini, informasi terdistribusi secara asimetris di pasar dan dengan demikian memperoleh informasi melibatkan proses pencarian yang mahal. Dalam situasi ini, pencarian optimal untuk menemukan peluang yang menguntungkan adalah pencarian dengan biaya pencarian yang diharapkan minimum. Beberapa ahli berpendapat bahwa individu dapat melakukan pencarian yang optimal jika mereka secara sistematis mencari sinyal dalam domain di mana mereka berpengetahuan (Fiet & Patel, 2008). Berdasarkan sudut pandang ini, pengetahuan sebelumnya dan interpretasi subjektif dari pengalaman masa lalu sangat penting untuk pencarian aktif untuk menemukan peluang yang menguntungkan. Dengan demikian, pandangan ekonomi informasi dari pencarian aktif mencakup beberapa bentuk subjektivisme dan epistemologi post-positivis menuju menemukan peluang, memungkinkan persepsi dan pengalaman individu untuk memiliki peran yang lebih menonjol dalam proses OI.

**Teori belajar yang relevan.** Teori belajar yang sejalan dengan epistemologi post-positivis berakar pada kognitivisme. Menurut Jacobs & Farrel (2001) “di mana pikiran dipandang sebagai sistem pemrosesan informasi”. Menurut kognitivisme, guru harus membuat pengetahuan bermakna dengan membantu peserta didik mengatur dan menghubungkan informasi baru dengan pengetahuan yang ada dalam ingatan mereka. Ertmer & Newby, 2013) “menyoroti pentingnya kerangka kerja kognitif seperti struktur pengetahuan”. Kognitivisme menekankan menyediakan individu dengan pengalaman belajar otentik di mana mereka dapat menghadapi pengetahuan baru yang tidak ada dalam struktur pengetahuan mereka yang ada atau konflik dengan mereka (yaitu ketidakseimbangan negara). Dari perspektif kognitivis, pembelajaran terjadi ketika peserta didik dapat memecahkan keadaan disequilibrium ini dengan mengasimilasi pengetahuan baru dan menampungnya dalam pengetahuan mereka yang sudah ada. Lingkungan belajar kognitivis mempromosikan kesempatan belajar individu, seperti dalam behaviorisme. Namun, keterlibatan aktif peserta didik dalam akuisisi dan integrasi pengetahuan sangat penting. Umpan balik juga penting, tetapi guru menggunakannya hanya untuk membimbing peserta didik menuju koneksi mental yang lebih akurat (Ertmer & Newby, 2013).

**Implikasi untuk EE.** Pendekatan pengajaran berdasarkan kognitivisme selaras dengan Béchard dan Grégoire (2005) “model permintaan EE, yang sering dikaitkan dengan kegiatan

pendidikan yang menekankan eksplorasi dan eksperimen aktif individu”. Penelitian EE dalam aliran pemikiran psikologis ini terutama menyangkut peran pengetahuan sebelumnya dalam memungkinkan dan/atau membatasi pengembangan keahlian baru. Beberapa ahli mengusulkan bahwa OI dapat dikaitkan dengan struktur pengetahuan tertentu yang dapat dikembangkan dari waktu ke waktu dengan memperoleh pengalaman dalam domain tertentu. Dalam hal ini, beberapa studi empiris menunjukkan bahwa pendekatan pengajaran yang meningkatkan struktur pengetahuan terkait OI individu dapat secara signifikan meningkatkan kemampuan mereka untuk menemukan peluang yang menguntungkan ketika secara aktif mencari peluang tersebut. Misalnya, temuan studi yang berbeda menunjukkan bahwa melatih individu untuk memilih saluran informasi berdasarkan pengetahuan mereka sebelumnya dan untuk memperbarui pertimbangan mereka dengan memproses informasi dapat memungkinkan mereka untuk menemukan lebih banyak ide yang menghasilkan kekayaan ketika mencari peluang bisnis secara sistematis.

Menurut Fiet (2002) “pertimbangan yang ditetapkan ditetapkan sebagai kelompok saluran informasi tertentu berdasarkan pengetahuan sebelumnya yang spesifik”. Cohen dkk. (2020) “juga mengembangkan metode pengajaran yang disebut IDEATE” berdasarkan Kolb (1984) “teori *experiential learning* untuk mencari peluang secara aktif”. Teori *experiential learning* secara sistematis membawa individu melalui empat tahap: pengalaman konkret, observasi reflektif, konseptualisasi abstrak, dan eksperimen aktif, dan berakar pada psikologi kognitif. Menurut Cohen dkk. (2020) “metode IDEATE membantu individu melampaui pengetahuan dan kemampuan mereka yang ada dan menemukan ide bisnis yang lebih inovatif melalui strategi pencarian sistematis daripada individu dalam grup pencarian pasif”.

**Kesimpulannya**, pendukung strategi pencarian aktif menyoroti pentingnya pengetahuan dan pengalaman individu sebelumnya dalam menemukan peluang yang menguntungkan. Dengan demikian, pendekatan pengajaran kognitif yang merencanakan instruksi berdasarkan pengetahuan dan pengalaman individu sebelumnya akan menjadi pendekatan yang paling tepat untuk meningkatkan kemampuan OI individu ketika secara aktif mencari peluang di pasar. Dalam kelas kewirausahaan kognitif seperti itu, pendidik harus bertindak sebagai fasilitator yang mendorong individu untuk secara sistematis mencari peluang potensial di pasar sambil memberi mereka kesempatan belajar yang memungkinkan mereka untuk mengeksplorasi pengetahuan mereka saat ini. Menurut Dimov (2003) “menjelajahi struktur pengetahuan akan membantu individu menemukan dan mengisi kesenjangan pengetahuan mereka tentang pasar, memungkinkan mereka untuk melihat peluang yang ada dengan lebih baik”.

## 2. Penemuan peluang secara kebetulan (*accidental*)

Penemuan kebetulan (*accidental*) dicirikan oleh rendahnya sistematisasi, intensionalitas, dan pencarian tak terbatas. Meskipun para pendukung strategi ini percaya bahwa peluang adalah tujuan dan tersedia untuk semua (Chandler dkk., 2003), Menurut Chandler dkk. (2003) berpendapat bahwa “tidak mungkin untuk memulai pencarian sistematis yang optimal karena distribusi informasi yang heterogen di antara individu dan karena domain pencarian tidak terbatas, meninggalkan kewaspadaan sebagai satu-satunya alternatif untuk menemukan peluang”. Oleh karena itu, kewaspadaan memainkan peran penting dalam perspektif ini, bahkan membantu membedakan pengusaha dari non-pengusaha ditandai individu yang lebih waspada untuk memiliki "antena" yang memungkinkan mereka untuk mengenali celah pasar dengan petunjuk terbatas.

Menurut Kirzner (2005) menjelaskan lebih lanjut peran kewaspadaan dalam penemuan peluang dengan membedakan antara pengetahuan-informasi dan pengetahuan-tindakan. Kirzner menegaskan bahwa dua individu mungkin memperoleh informasi yang sama dari

luar, tetapi hanya satu yang mungkin menyadarinya dan mengubah informasi itu menjadi tindakan melalui kewaspadaannya. Dengan kata lain, kewaspadaan memungkinkan individu untuk memahami dan memproses informasi yang diperoleh secara subjektif untuk menemukan peluang yang menguntungkan dengan lebih baik. Pandangan ini juga sejalan dengan epistemologi post-positivisme. Kirzner berbicara tentang "kabut ketidaktahuan yang menyelimuti setiap keputusan yang dibuat di pasar". Oleh karena itu, untuk menemukan peluang yang menggerakkan pasar menuju ekuilibrium, individu harus mendorong kembali kabut metaforis ini dan mengurangi ketidaktahuan kolektif.

**Implikasi untuk EE.** Para ahli percaya bahwa tidak mungkin untuk mengusulkan pendekatan pengajaran berdasarkan perspektif ini untuk mendorong OI karena perspektif ini memandang penemuan peluang sebagai pendekatan "*luck based*" yang mengandalkan kewaspadaan sebagai karakteristik unik beberapa individu yang memungkinkan mereka untuk secara konsisten memindai lingkungan mereka untuk menemukan peluang (Kaish & Gilad, 1991). Namun, dalam beberapa studi empiris sebelumnya, para ahli menerapkan beberapa strategi untuk mendukung individu dalam kelompok kewaspadaan, seperti meminta mereka untuk mengumpulkan sampel nyata dari penemuan berbasis kewaspadaan atau membaca beberapa artikel tentang pentingnya kewaspadaan terhadap OI.

### 3. Strategi pencarian pasif untuk menemukan peluang

Strategi pencarian pasif berbagi ide yang sama tentang pandangan penemuan kebetulan tentang penemuan peluang, dengan asumsi bahwa individu tidak secara aktif mencari peluang menemukan (DeTienne & Chandler, 2004). Pencarian pasif juga didasarkan pada asumsi bahwa kewaspadaan individu memainkan peran penting dalam menemukan peluang yang secara objektif ada di pasar (Chandler dkk., 2003). Namun, berbeda dengan sudut pandang penemuan kebetulan yang menganggap kewaspadaan sebagai karakteristik abadi yang hanya dimiliki oleh beberapa individu, pendukung strategi pencarian pasif percaya bahwa mungkin untuk meningkatkan kepekaan individu terhadap lingkungan mereka ketika secara pasif mencari peluang potensial di pasar.

**Teori belajar yang relevan.** Strategi pencarian pasif dikembangkan berdasarkan teori ekonomi Kirznerian, dengan epistemologi post-positivis. Dengan demikian, teori belajar yang sejalan dengan strategi pencarian ini juga bersifat kognitivisme (Vaghely & Julien, 2010). Para pendukung strategi pencarian pasif percaya bahwa kewaspadaan kewirausahaan bertumpu, setidaknya sebagian, pada kapasitas kognitif yang berbeda seperti pengetahuan dan pengalaman sebelumnya dan kemampuan mental umum. Dengan demikian, pendekatan pengajaran yang meningkatkan kapasitas kognitif ini dapat meningkatkan kewaspadaan mereka terhadap informasi spesifik di lingkungan, memungkinkan mereka untuk melihat lebih banyak peluang potensial dengan memproses informasi yang diperoleh.

**Implikasi untuk EE.** Ahli sebelumnya menggunakan beberapa pendekatan pengajaran kognitivistik untuk mendukung pencarian pasif individu untuk peluang. Menurut Arentz dkk. (2013) melaporkan bahwa "membantu individu memperoleh pengetahuan terkait tentang cara melayani pasar dan masalah pelanggan melalui permainan peran dapat membantu mereka menemukan lebih banyak ide bisnis". Menurut Arentz struktur pengetahuan yang mapan akan memungkinkan individu untuk memproses informasi secara tidak sadar dan lebih waspada untuk memahami pola yang bermakna dalam beragam peristiwa atau tren. Demikian pula, Shepherd dan DeTienne (2005) menunjukkan bahwa "memperkaya pengetahuan spesifik individu tentang pasar dapat membantu mereka mengidentifikasi lebih banyak peluang bisnis". Dalam nada yang sama, beberapa ahli menyebut pengambilan perspektif pengguna sebagai intervensi pendidikan yang efektif yang dapat mengembangkan pengetahuan pasar

individu dan meningkatkan kewaspadaan mereka untuk menemukan peluang yang dibutuhkan pengguna.

Menurut DeTienne dan Chandler (2004) berdasarkan pandangan pencarian pasif mereka terhadap penemuan peluang, mengemukakan bahwa “untuk meningkatkan kemungkinan menemukan peluang dengan membantu individu beroperasi pada keadaan kepekaan yang meningkat secara sadar terhadap lingkungan di mana kreativitas memainkan peran penting peran”. Berdasarkan pendapat ini, sejumlah besar studi empiris termasuk teknik yang berbeda seperti curah pendapat (*brainstorming*). Menurut DeTienne & Chandler, (2004) “teknik kelompok nominal, dan pemetaan pikiran, latihan pemecahan masalah yang kreatif dalam program EE untuk mendukung pemikiran kreatif individu yang melaporkan bahwa teknik ini memiliki efek positif pada kemampuan individu untuk mengidentifikasi peluang”. Saks dan Gaglio (2002) juga melaporkan bahwa “bahkan meminta pengusaha yang berpraktik untuk melakukan latihan berjalan terstruktur di mana mereka harus melaporkan apa yang mereka lihat atau dengar orang katakan dapat meningkatkan kepekaan mereka terhadap lingkungan, membantu mereka menemukan lebih banyak peluang dalam pendekatan pasif”.

**Kesimpulannya**, baik strategi pencarian pasif dan pandangan ekonomi informasi terhadap strategi pencarian aktif menuntut pendekatan pengajaran kognitivistik untuk mengembangkan kemampuan OI individu. Namun, dalam strategi pencarian pasif, pendidik tidak mendorong individu untuk memulai pencarian sistematis dalam pasar. Mereka hanya akan menggunakan pendekatan kognitivistik yang dapat meningkatkan kepekaan mereka terhadap lingkungan. Contoh tipikal untuk pendekatan tersebut dapat meningkatkan struktur pengetahuan terkait individu melalui pengalaman otentik seperti bursa kerja, bermain peran, dan/atau pengambilan perspektif dan meningkatkan kreativitas. Selain itu, pendidik kewirausahaan yang ingin mengembangkan program EE untuk memfasilitasi kemampuan OI berdasarkan kognitivistik harus memperhitungkan perbedaan kognitif individu (misalnya, pengetahuan sebelumnya, kreativitas) dan psikologis (misalnya, motivasi, sikap) yang berperan dalam OI. proses.

## **B. Perspektif Penciptaan Peluang**

Perspektif penciptaan yang memperluas gagasan subjektivisme dari kewaspadaan untuk memasukkan "*imagination*" tentang masa depan (DeTienne & Chandler, 2004). Perspektif penciptaan meminimalkan peran lingkungan dan memandang peluang sebagai sesuatu yang diciptakan secara endogen sebagai hasil dari usaha dan tindakan individu. Dalam perspektif ini, peluang tidak ada secara objektif sebelum inisiatif individu dan diasumsikan sebagai subyektif fenomena. Dengan demikian, perspektif penciptaan memiliki relativisontologi. Relativisme percaya bahwa realitas adalah pengalaman subjektif yang terbatas dan tidak ada yang ada di luar pemikiran manusia. Asumsi epistemologis yang sejalan dengan ontologi relativis perspektif penciptaan adalah konstruktivisme (Denzin & Lincoln, 2005). Epistemologi konstruktivistik mengusulkan bahwa kebenaran dan realitas terjalin dengan konteks sosial. Denzin & Lincoln (2005) mengemukakan gagasan bahwa “ada beberapa realitas yang dikonstruksi secara sosial oleh kelompok individu”.

Pentingnya konteks sosial juga diakui dalam perspektif penciptaan ketika para ahli merujuk pada peluang sebagai konstruksi yang dinegosiasikan secara sosial dan diciptakan. Berdasarkan Denzin & Lincoln (2005) “tugas wirausahawan tidak hanya sebatas menemukan peluang laten di pasar tetapi juga menciptakan peluang bisnis melalui proses sosial”. Dari perspektif penciptaan, tidak mungkin mengumpulkan informasi *ex-ante* tentang beberapa peluang karena belum diciptakan. Kurangnya informasi ini membuat tidak mungkin bagi individu untuk mengevaluasi dan menganalisis risiko yang terkait dengan peluang,

menyebabkan tinggi ketakpastian tentang hasil. Dalam situasi ini, para ahli menegaskan bahwa berbagi dan mendiskusikan gagasan dengan jaringan tepercaya (seperti keluarga, teman, dan mentor) memainkan peran penting dalam mengobjektifikasi dan mengembangkan lebih lanjut gagasan yang dihasilkan secara subjektif.

Gagasan ketidakpastian dalam proses OI jelas berhubungan dengan Sarasvathy (2001) teori efektivasi. Teori efektivasi menggambarkan proses pengambilan keputusan pengusaha yang harus menghadapi tingkat ketidakpastian yang tinggi. Dalam situasi yang tidak pasti, sangat sulit untuk meramalkan masa depan (yaitu pemikiran kausal). Oleh karena itu, pengusaha cenderung control masa depan dengan menggunakan sarana yang mereka miliki (yaitu pemikiran yang efektif). Pengusaha bertujuan untuk menciptakan nilai dan mencapai tujuan yang dibayangkan yang dapat berubah seiring waktu, tergantung pada apa yang terjadi di sepanjang perjalanan kewirausahaan melalui interaksi berkelanjutan dengan jaringan pemangku kepentingan yang berkomitmen. Dalam pekerjaannya, Sarasvathy (2001) membandingkan pemikiran efektif dengan pemikiran kausal. Yang terakhir bergantung pada prediksi dan analisis rasional untuk mencapai hasil yang telah ditentukan yang lebih mirip dengan perspektif penemuan, di mana peluang dicari secara sistematis seolah-olah dapat "*found*" dan proses OI dapat diatur atau direncanakan dengan cara tertentu.

**Teori belajar yang relevan.** Konstruktivisme sosial adalah teori belajar yang paling konsisten dengan perspektif penciptaan (Alvarez & Barney, 2010), karena ontologi relativis dan pandangan epistemologis konstruktivisnya terhadap proses OI. Vygotsky (1986) menggambarkan konstruktivisme sosial berdasarkan gagasan bahwa pengetahuan tidak dapat diisolasi dari konteks sosial dan budaya. Berdasarkan aliran pemikiran ini, belajar adalah proses mengkonstruksi makna melalui interaksi sosial. Dalam konstruktivisme sosial, peserta didik berperan aktif dalam mengkonstruksi pengetahuannya ketika berinteraksi dengan orang lain di Zona Perkembangan Proksimal (ZPP) sedangkan guru lebih berperan sebagai fasilitator dan pelatih selama proses pembelajaran. ZPP didefinisikan sebagai perbedaan antara apa yang dapat dilakukan pembelajar secara mandiri dan apa yang dapat dicapai melalui interaksi dengan orang yang lebih kompeten, seperti gurunya atau orang yang lebih berpengalaman.

**Implikasi untuk EE.** Pendekatan pengajaran konstruktivis sosial sejalan dengan Béchard dan Grégoire (2005) model kompetensi EE yang menyoroti pentingnya partisipasi aktif individu dalam pembangunan bersama pengetahuan mereka melalui komunikasi dan diskusi. Pendekatan konstruktivis sosial juga sesuai dengan ajaran "*through*" kewirausahaan sebagai pendekatan EE yang efektif untuk mendukung penciptaan peluang (Linton & Klinton, 2019). Mengajar kewirausahaan "*through*" adalah pendekatan pengalaman yang khas di mana individu terlibat dalam aktivitas kewirausahaan yang sebenarnya untuk meningkatkan kompetensi dan pola pikir kewirausahaan). Berdasarkan Lackéus (2015), pengajaran kewirausahaan "*through*" dapat relevan untuk semua individu di semua tingkat pendidikan, menjadikannya pendekatan pengajaran yang cocok sesuai dengan janji EE yang luas.

Para ahli menggunakan beberapa pendekatan konstruktivis sosial untuk mendorong kemampuan individu untuk mengidentifikasi peluang terutama dengan memfasilitasi pembelajaran mandiri dan partisipasi bersama dalam komunitas praktik. Pendekatan konstruktivisme sosial berbasis pengalaman ini sebagian besar memaparkan individu pada ide dan pengetahuan yang berbeda melalui proses pembelajaran, yang nantinya dapat membantu dan untuk menghasilkan lebih banyak ide potensial dengan menggabungkan pengetahuan baru yang diperoleh dan bergabung bersama pada titik saling pengertian. Juga, beberapa ahli menyebut pemikiran desain sebagai pendekatan pengajaran "melalui" penting yang dapat membantu individu meningkatkan kemampuan OI mereka berdasarkan perspektif penciptaan

(Linton & Klinton, 2019;Sarooghi dkk., 2019). Pemikiran desain didasarkan pada praktik non-linier dan berpusat pada manusia yang mendukung fokus kreatif pada proses pembelajaran kolaboratif dan berulang. Promsiri dkk. (2018) melaporkan bahwa meminta individu untuk mengikuti proses pemikiran desain dapat membantu mereka menciptakan ide bisnis yang lebih layak.

Selain itu, karena proses pemberlakuan memainkan peran penting dalam penciptaan peluang bisnis, beberapa ahli berpendapat bahwa pendekatan pengajaran yang membantu individu untuk membentuk peluang melalui proses pemberlakuan seperti pemberlakuan dapat efektif dalam mendorong OI berdasarkan perspektif penciptaan. Gagasan Sarasvathy tentang efektivitas jelas menyiratkan unsur-unsur konstruktivisme sosial dan merangkul gagasan penciptaan peluang. Dalam kasus ini, Zhu dkk. (2020) menunjukkan bahwa individu dilatih dengan pendekatan efektivitas yang berorientasi pada sarana dapat menghasilkan lebih banyak ide bisnis dengan kualitas lebih tinggi daripada individu yang hanya berlatih berpikir kreatif melalui berbagai latihan. Berdasarkan Sarasvathy (2001) prinsip "*bird in hand*" meminta individu dalam kelompok efektivitas untuk mendefinisikan sumber daya dengan mengajukan pertanyaan yang berorientasi pada diri sendiri seperti, "siapa saya?", "apa yang saya tahu?", dan "siapa yang saya tahu?". Setelah itu, Zhu dan rekan-rekannya meminta untuk mengintegrasikan sumber daya mereka dan membentuk peluang bisnis dengan mengomunikasikan dan mendiskusikan ide-ide mereka dengan calon pelanggan. Menariknya, studi Zhu et al. (2020) menggambarkan bahwa menghasilkan ide berdasarkan sumber daya sendiri menghasilkan lebih banyak ide yang memiliki peluang lebih tinggi untuk ditindaklanjuti yang masuk akal, karena ide selaras dengan latar belakang dan minat pribadi peserta.

**Kesimpulannya**, pendidik kewirausahaan yang mengadopsi pendekatan pengajaran konstruktivis sosial untuk meningkatkan kemampuan OI harus memberikan kesempatan kepada individu untuk berinteraksi secara aktif dengan orang lain, seperti pendidik, teman sebaya, dan/atau pengusaha ahli, sementara terlibat dalam aktivitas kewirausahaan yang sebenarnya seperti dalam mengajar. "*through*" kewirausahaan. Keaslian pengalaman belajar akan memungkinkan individu untuk mentransfer pembelajaran dari satu konteks (misalnya pasar) ke yang lain. Selama proses pembelajaran, pendidik, sebagai orang yang lebih berpengetahuan, harus memainkan peran sebagai fasilitator yang memberikan dukungan tepat waktu berdasarkan kebutuhan individu. Namun, dukungan yang diberikan harus dikurangi secara bertahap agar individu dapat belajar secara mandiri dan untuk mendorong pembelajaran mandiri. Kerja tim dan kolaborasi sangat penting dalam lingkungan belajar konstruktivis sosial karena memungkinkan individu untuk melakukan tugas belajar yang tidak dapat mereka selesaikan secara individual, membantu mereka maju dalam Zona Perkembangan Proksimal (ZPP). Melalui kolaborasi rekan, individu dapat belajar dari satu sama lain dan mempromosikan pemahaman bersama tentang pasar yang ingin diciptakan.

### **C. Peran Pedagogi Dalam *Entrepreneurship Education (EE)***

Peran pedagogi dalam EE, masih ada sedikit konsensus tentang pendekatan pengajaran apa yang paling tepat untuk tujuan pembelajaran tertentu dalam program EE. Dalam hal ini, Hannon (2005) berpendapat bahwa "perspektif filosofis memainkan peran penting dalam menentukan pendekatan pengajaran yang dipilih pendidik EE untuk mengembangkan pengetahuan dan kompetensi kewirausahaan tertentu". Pendidik EE menghadapi dua perspektif filosofis tentang peluang untuk mengembangkan OI, yaitu penemuan dan penciptaan peluang. Juga, ada strategi yang berbeda (yaitu pencarian aktif, penemuan kebetulan, dan pencarian pasif) dalam perspektif penemuan, dan masing-masing mencakup

asumsi ontologis dan epistemologis yang berbeda, sekali lagi memiliki konsekuensi untuk peran individu dalam OI.

Kewirausahaan dan pendidikan adalah bidang penelitian yang berbeda, menarik untuk dicatat bahwa di kedua bidang tersebut, perkembangan yang sebanding dapat diamati dari fokus yang kuat pada objek dan konten (seperti dalam "pandangan ekonomi neoklasik tentang pencarian aktif" dan 'behaviorisme') menuju penekanan kuat pada orang (seperti dalam 'penciptaan peluang' dan 'konstruktivisme sosial'). Seiring waktu, interaksi yang kompleks antara individu dan lingkungannya telah diakui lebih kuat baik di bidang kewirausahaan dan pendidikan. Dengan demikian, proses di mana peluang diidentifikasi dan dibentuk, disempurnakan, serta ditindaklanjuti dalam proses *co-creation* (kreasi bersama) semakin menjadi titik perhatian utama,

Ketika melihat lapisan terpisah dari kerangka, pendekatan pengajaran berdasarkan teori belajar behavioris adalah pendekatan yang paling kompatibel yang sesuai dengan pandangan neoklasik pencarian aktif dengan ontologi realis dan epistemologi positivis. Dalam perspektif ini, pendidik EE biasanya mencoba untuk meningkatkan pengetahuan individu tentang bagaimana menghitung risiko peluang yang ditemukan untuk membuat keputusan rasional tentang pemanfaatan peluang itu. Bechard dan Gregoire (2005) menyediakan model EE yang menekankan transmisi pengetahuan (misalnya, mengajar "*about*" proses dan teori kewirausahaan) dan penerapan prosedur (misalnya mengembangkan rencana bisnis) juga sejalan dengan pandangan neoklasik dari organisasi aktif. strategi pencarian.

Baik pandangan ekonomi informasi untuk strategi pencarian aktif dan strategi pencarian pasif berbagi teori pembelajaran yang sama (yaitu kognitivisme) selaras dengan asumsi filosofis mereka; namun, mereka memandang proses OI secara berbeda. Para pendukung pandangan ekonomi informasi untuk strategi pencarian aktif percaya bahwa individu harus secara sistematis mencari peluang objektif dan memperbarui pengetahuan dengan memproses informasi yang diterima. Dalam pandangan ini, pendekatan pengajaran kognitivis yang memungkinkan eksplorasi dan eksperimen aktif individu memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja dan hasil OI.

Wirausahawan yang efektif menciptakan nilai dengan melihat sumber daya yang tersedia. Pendekatan model permintaan teori pengalaman belajar Bechard dan Gregoire (2005). Namun, berdasarkan strategi pencarian pasif, individu secara pasif menemukan peluang bisnis melalui pencarian yang tidak disengaja dan tidak terbatas dimana kewaspadaan mereka memainkan peran penting. Berbeda dengan strategi penemuan kebetulan yang memandang kewaspadaan sebagai karakteristik individu yang unik, pendukung pencarian pasif bahwa kewaspadaan adalah kemampuan kognitif yang dapat ditingkatkan melalui pendekatan pengajaran yang mengembangkan beberapa kapasitas dan proses kognitif terkait seperti kreativitas. Struktur pengetahuan dan keterampilan pemrosesan informasi. Namun, para pendukung pandangan ekonomi informasi untuk pencarian aktif mengkritik pendekatan peningkatan kreativitas dalam strategi pencarian pasif, dengan alasan bahwa pendekatan ini bergantung pada struktur pengetahuan individu yang ada dan dengan demikian lebih cocok untuk mereka yang memiliki keahlian domain tinggi dan pengalaman industri.

## **KESIMPULAN**

Kewirausahaan dan pendidikan adalah bidang penelitian yang berbeda. Perkembangan serupa dapat diamati dari fokus yang kuat pada objek dan konten hingga penekanan yang kuat pada orang. Seiring waktu, interaksi yang kompleks antara individu dan lingkungannya telah diakui lebih kuat baik dalam bidang kewirausahaan dan pendidikan. Perspektif penciptaan memperluas gagasan subjektivisme untuk memasukkan 'imajinasi' tentang masa depan.

Perspektif penciptaan meminimalkan peran lingkungan dan memandang peluang sebagai sesuatu yang diciptakan secara endogen sebagai hasil usaha dan tindakan individu. Dalam perspektif ini, peluang tidak ada secara objektif sebelum inisiatif individu dan dianggap sebagai fenomena subjektif. Pengusaha bertujuan untuk menciptakan nilai dan mencapai tujuan yang diharapkan yang dapat berubah seiring waktu. Pengusaha cenderung mengendalikan masa depan dengan menggunakan sarana yang mereka miliki. Beberapa ahli berpendapat bahwa pendekatan pengajaran yang membantu individu membentuk peluang melalui proses penegakan seperti penegakan bisa efektif dalam mendorong OI. Para ahli menegaskan bahwa berbagi dan mendiskusikan gagasan dengan jaringan tepercaya (seperti keluarga, teman, dan mentor) memainkan peran penting dalam mengobjektifikasi dan mengembangkan lebih lanjut ide-ide yang dihasilkan secara subjektif. Dalam konstruktivisme sosial, siswa memainkan peran aktif dalam membangun pengetahuan mereka ketika berinteraksi dengan orang lain di Zona Pengembangan Proksimal. Pendekatan pengajaran konstruktivis sosial sejalan dengan model kompetensi EE. Pentingnya partisipasi aktif individu dalam berbagi pengembangan pengetahuan mereka melalui komunikasi dan diskusi. Keaslian pengalaman belajar akan memungkinkan individu untuk mentransfer pembelajaran dari satu konteks (misalnya pasar) ke yang lain. Ada strategi yang berbeda (yaitu pencarian aktif, penemuan disengaja, dan pencarian pasif) dalam perspektif penemuan. Masing-masing mencakup asumsi ontologis dan epistemologis yang berbeda, sekali lagi memiliki konsekuensi terhadap peran individu dalam strategi pencarian OI. Pendukung pandangan ekonomi informasi dari strategi pencarian aktif percaya bahwa individu harus secara sistematis mencari peluang objektif. Gagasan ketidakpastian dalam proses OI jelas berhubungan dengan teori efektivasi. Teori efektivasi menggambarkan proses pengambilan keputusan wirausahawan yang harus menghadapi tingkat ketidakpastian yang tinggi. Dalam situasi yang tidak pasti, sangat sulit untuk meramalkan masa depan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. 2007. *Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1–2), 11–26.
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. 2010. *Entrepreneurship and epistemology: The Philosophical underpinnings of the study of entrepreneurial opportunities. The Academy of Management Annals*, 4(1), 557–583.
- Antonio, Muhammad Syafii. 2007. *Muhammad SAW The Super Leader Super Manager*. Jakarta: Tazkia Publishing & ProLM Centre.
- Arentz, J., Sautet, F., & Storr, V. 2013. *Prior-knowledge and opportunity identification. Small Business Economics*, 41(2), 461–478.
- Bechard, J.-P., & Gregoire, D. 2005. *Entrepreneurship education research revisited: The case of higher education. The Academy of Management Learning and Education*, 4(1), 22–43.
- Bell, R. 2021. *Underpinning the entrepreneurship educator's toolkit: Conceptualising the influence of educational philosophies and theory. Entrepreneurship Education Bown and Brooks*. 1991. *Career Counseling Techniques*. Boston: Allyn & Bacon.
- Chandler, G. N., DeTienne, D. R., & Lyon, D. W. 2003. *Outcome implications of opportunity creation/discovery processes. In Paper presented at the Babson-Kauffman entrepreneurship research conference, Babson college, Wellesle*.
- Chiles, T. H., Vultee, D. M., Gupta, V. K., Greening, D. W., & Tuggle, C. S. 2010. *The philosophical foundations of a radical Austrian approach to entrepreneurship. Journal of Management Inquiry*, 19(2), 138–164.

- Cohen, D., Hsu, D. K., & Shinnar, R. S. 2020. *Identifying innovative opportunities in the entrepreneurship classroom: A new approach and empirical test. Small Business Economics*, 1–25.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. 2005. *Introduction: The discipline and practice of qualitative research. In N. K. Denzin, & Y. S. Lincoln (Eds.), The SAGE handbook of qualitative research (pp. 1–32). SAGE Publication.*
- DeTienne, D. R., & Chandler, G. N. 2004. *Opportunity identification and its role in the entrepreneurial classroom: A pedagogical approach and empirical test. The Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 242–257.
- Echdar, Saban dan Maryadi. 2019. *Business Ethics and Entrepreneurship*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Ertmer, P. A., & Newby, T. J. 2013. *Behaviorism, cognitivism, constructivism: Comparing critical features from an instructional design perspective. Performance Improvement Quarterly*, 26(2), 43–71.
- Fayolle, A. 2013. *Personal views on the future of entrepreneurship education. Entrepreneurship & Regional Development*, 25(7), 692–701.
- Fiet, J. O. 2002. *The systematic search for entrepreneurial discoveries. Quorum Books.*
- Fiet, J. O., & Patel, P. C. 2008. *Entrepreneurial discovery as constrained, systematic search. Small Business Economics*, 30(3), 215–229.
- Gowdy, J. M., & Olsen, P. 1994. *Further problems with neoclassical environmental economics. Environmental Ethics*, 16, 161–171.
- Hilgard and Bowers. 2004. *Theory of Learning Century Psychology Series*. New York: National Book Foundation.
- Honig, B., & Karlsson, T. 2004. *Institutional forces and the written business plan. Journal of Management*, 30(1), 29–48.
- Husein, Abdul Rachman. 2009. *Seven Motivations Of Islamic Business*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Hutahean, Wendy Sepmady. 2021. *Teori Kepemimpinan*. Malang: Ahli Media Press.
- Kaish, S., & Gilad, B. 1991. *Characteristics of opportunities search of entrepreneurs versus executives: Sources, interests, general alertness. Journal of Business Venturing*, 6(1), 45–61.
- Kartajaya, Hermawan. 2006. *On Segmentation Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Kasmir, dan Jakfar. 2010. *Study Kelayakan Bisnis*, Edisi Kedua, Cetakan ke-7. Jakarta: Prenada Media Group.
- Keraf, Sonny. 2010. *Etika Lingkungan Hidup*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.
- Kirzner, I. M. 2005. *Information-knowledge and action-knowledge. Econ Journal Watch*, 2(1), 75–81.
- Kolb, D. A. 1984. *Experiential learning: Experience as the source of learning and development. Prentice Hall.*
- Kotler, Philip dan Garry, Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lackeus, M. 2015. *Entrepreneurship in education—What, why, when, how: Entrepreneurship360 Background paper.*
- Linton, G., & Klinton, M. 2019. *University entrepreneurship education: A design thinking approach to learning. Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 8(1), 1–11.
- Lumpkin, G. T., Hills, G. E., & Shrader, R. C. 2004. *Opportunity recognition. In H. P. Welsch (Ed.), Entrepreneurship: The way ahead (pp. 73–90).*

- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mas'ud, Machfoedz. 2005. *Kewirausahaan Metode Manajemen dan Implementasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Miller, K. D. 2007. *Risk and rationality in entrepreneurial processes*. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1-2), 57-74.
- Moedjiono, Imam. 2002. *Kepemimpinan dan Keorganisasian*. Yogyakarta: UII Press.
- Murpi, Solehudin dan Dea, Tanyo Iskandar. 2011. *Manajemen Bisnis untuk Orang Awam*. Jakarta: Laskar Aksara.
- Nab, J., van Keulen, H., & Pilot, A. 2014. *Strategies of expert teachers for teaching identification of business opportunities*. *Industry and Higher Education*, 28(2), 97-111.
- Nugroho, Arisetyanto dan Agus, Arijanto. 2015. *Etika Bisnis (Business Ethic): Pemahaman Teori secara Komprehensif dan Implementasinya*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Promsiri, T., Sukavejworakit, K., & Virasa, T. (2018). *Exploring new venture idea development with external enablers and design process in nascent entrepreneurs*. *Asia-Pacific Social Science Review*, 18(2), 49-64
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknis Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ratten, V., & Jones, P. 2021. *Entrepreneurship and management education: Exploring trends and gaps*. *International Journal of Management in Education*, 19(1).
- Saks, N. T., & Gaglio, C. M. 2002. *Can opportunity identification be taught?* *Journal of Enterprising Culture*, 10(4), 313-347.
- Sanawiri, Brillyanes dan Mohammad Iqbal. 2018. *Kewirausahaan*. Malang: UB Press.
- Saparso. 2020. *Marketing Process*. Jakarta: Ukrida Press.
- Sarasvathy, S. D. 2001. *Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency*. *Academy of Management Review*, 26(2), 263.
- Sarooghi, H., Sunny, S., Hornsby, J., & Fernhaber, S. 2019. *Design thinking and entrepreneurship education: Where are we, and what are the possibilities?* *Journal of Small Business Management*, 57(S1), 78-93.
- Shane, S., & Venkataraman, S. 2000. *The promise of entrepreneurship as a field of research*. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shepherd, D. A., & DeTienne, D. R. 2005. *Prior knowledge, potential financial reward, and opportunity identification*. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29(1), 91-112.
- Stigler, G. J. 1961. *The economics of information*. *Journal of Political Economy*, 63(3), 213-225.
- Vaghely, I. P., & Julien, P. A. 2010. *Are opportunities recognized or constructed?. An information perspective on entrepreneurial opportunity identification*. *Journal of Business Venturing*, 25(1), 73-86.
- Vygotsky, L. S. 1986. *Thought and language*. The MIT Press.
- William, Bygrave. 1994. *The Portable MBA in Entrepreneurship*. New York: Inc.
- Wulandary, Ayu dkk. 2020. *Business Model Canvas*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Zhu, J., Bischoff, K. M., Kaap, E., Schmidt, D., Gielnik, M. M., & Frese, M. 2020. *The effectiveness of an effectuation approach on opportunity identification and pursuit: Evidence from a randomized controlled field experiment*. *Academy of Management Learning & Education*.