

Pengaruh Pembelajaran Technopreneur, Marketing dan Lingkungan Sosial terhadap Entrepreneurial Intention melalui Inkubasi Bisnis

Nur Laila Indra Sapitra Wahyu Ilyasari^{1*}, Tuwoso², Wahyu Sakti Gunawan Irianto³

^{1,2,3}Universitas Negeri Malang, Kota Malang, Jawa Timur, Indonesia

*Corresponding author: nur.laila.2405518@students.um.ac.id

ARTICLE INFO

Section:

Research Articles

Article history:

Received: December 32, 2025

Revised: January 20, 2026

Accepted: January 20, 2026

Published: July 31, 2026

Kata kunci:

Technopreneur; Marketing;
Lingkungan Sosial; Inkubasi
Bisnis; Entrepreneurial
Intention

Keywords:

Technopreneur; Marketing;
Social Environment; Business
Incubation; Entrepreneurial
Intention.

How to Cite (APA Style 7):

Sapitra Wahyu Ilyasari, N. L. I.,
Tuwoso, & Irianto, W. S. G.
(2026). Pengaruh
pembelajaran technopreneur,
marketing dan lingkungan
sosial terhadap entrepreneurial
intention melalui inkubasi
bisnis.. *Ideguru: Jurnal Karya
Ilmiah Guru*, 11(1), 53-61
<https://doi.org/10.51169/ideguru.v11i1.2250>



This is an open access article under
the [CCBY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) international license.
Copyright © 2026 Nur Laila Indra
Sapitra Wahyu Ilyasari, Tuwoso,
Wahyu Sakti Gunawan Irianto

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pembelajaran *technopreneur*, *marketing*, dan lingkungan sosial terhadap *entrepreneurial intention* melalui inkubasi bisnis pada siswa SMK di Kabupaten Lamongan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian *explanatory research*. Pada penelitian ini menggunakan sampel sejumlah 180 siswa yang terdiri dari kelas XI dan XII keahlian tata busana yang berada di empat sekolah SMK di Kabupaten Lamongan. Pada penelitian ini menggunakan analisis data *Partial LeastSquare Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inkubasi bisnis sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Lingkungan sosial dan *marketing* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap inkubasi bisnis. Namun, pembelajaran *technopreneur* dan *marketing* tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *entrepreneurial intention*. Pengujian efek tidak langsung menunjukkan bahwa inkubasi bisnis mampu memediasi pengaruh lingkungan sosial dan *marketing* terhadap *entrepreneurial intention*, tetapi tidak mampu memediasi pengaruh pembelajaran *technopreneur*. Temuan ini menegaskan bahwa pengalaman kewirausahaan nyata melalui program inkubasi bisnis memiliki peran strategis dalam membentuk niat berwirausaha siswa SMK. Oleh karena itu, penguatan pembelajaran kewirausahaan perlu diarahkan pada pendekatan berbasis pengalaman yang terintegrasi dengan inkubasi bisnis agar mampu meningkatkan kesiapan berwirausaha siswa secara berkelanjutan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of technopreneur, marketing, and social linkage learning on entrepreneurial intention through business incubation in vocational school students in Lamongan Regency. This study uses a quantitative approach with an explanatory research design. In this study, a sample of 180 students consisting of classes XI and XII of fashion design skills was used in four vocational schools in Lamongan Regency. In this study, Partial LeastSquare Structural Equation Modeling (PLS-SEM) data analysis was used. The results of this study show that social business incubation has a positive and significant effect on entrepreneurial intention. The social and marketing environment also has a positive and significant effect on business incubation. However, technopreneur and marketing learning do not have a significant effect directly on entrepreneurial intention. Indirect effects testing showed that business incubation was able to mediate the influence of the social environment and marketing on entrepreneurial intention, but it was unable to mediate the influence of technopreneur learning. These findings confirm that real entrepreneurial experience through business incubation programs has a strategic role in shaping the entrepreneurial intentions of vocational school students. Therefore, strengthening entrepreneurship learning needs to be directed to an experience-based approach that is integrated with business incubation in order to be able to increase students' entrepreneurial readiness in a sustainable manner.

1. Pendahuluan

Perkembangan industri yang mulai berkembang dan berperan dalam peningkatan perekonomian salah satunya adalah ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan strategi yang dirancang untuk meningkatkan daya saing, produktivitas, pertumbuhan berkelanjutan, penyerapan, dan tenaga kerja yang menacu pada kreativitas (Syahbudi, 2021). Hal ini, perlu dikembangkan dan dilestarikan dengan baik agar dapat menjadi ciri khas dari kabupaten Lamongan. Pelestarian ini perlu dikembangkan dijenjang pendidikan agar dapat dikenal secara meluas dengan ide kreatif dan inovatif. Pemerintah Indonesia mengupayakan melalui berbagai kebijakan pendidikan vokasional dengan menekankan pentingnya pembentukan *Entrepreneurial intention* atau niat berwirausaha di kalangan siswa SMK sebagai salah satu kompetensi yang berperan menjadi solusi untuk mengatasi pertumbuhan perekonomian.

Peran *entrepreneurial intention* sebagai tahap awal dalam proses kewirausahaan untuk menjadi acuan utama dari tindakan dan menciptakan suatu usaha baru. Upaya dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional, *entrepreneurial intention* memiliki urgensi strategis secara akademik maupun praktis, terutama dalam merancang kebijakan dan program pendidikan kewirausahaan yang efektif (Li *et al.*, 2023). Fenomena yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa minat berwirausaha siswa SMK masih tergolong rendah. Dampak tersebut muncul dikarenakan siswa kurang memahami potensi yang ada dalam dirinya, ragu-ragu dengan keahlian yang dipilih, dan masih belum bisa menentukan karier ke depannya setelah tamat dari bangku sekolah terutama SMK (Fadhilatuzzahro *et al.*, 2024).

Pada kurikulum Merdeka terdapat pembelajaran berbasis kewirausahaan dengan memanfaatkan teknologi digital yang dikenal dengan istilah *technopreneur*. Pembelajaran *technopreneurship* di pendidikan vokasional penting untuk membentuk *entrepreneurial intention*, tetapi perlu adanya faktor untuk memperkuat pemahaman dengan pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman agar tidak hanya tersampaikan berupa teori-teori (Wan Kamarudin *et al.*, 2025). Permasalahan siswa SMK di Lamongan banyak yang kurang memahami konsep pembelajaran *technopreneur* karena merasa hanya berupa materi penjelasan yang belum dapat direalisasikan karena merasa belum paham dan mampu menerapkannya. Adanya pengembangan tentang kewirausahaan yang berbasis teknologi ini, juga memerlukan sebuah pembelajaran untuk *marketing*.

Marketing didefinisikan proses menciptakan, menyampaikan, dan menukar nilai yang bermanfaat bagi konsumen dan masyarakat (Turner-Henderson *et al.*, 2025). Pembelajaran *marketing* merupakan salah satu elemen pembelajaran keahlian tata busana di SMK pada fase E. Pembelajaran *marketing* diperlukan sebagai dasar untuk siswa merancang strategi pemasaran dalam menjual atau mendistribusikan produk atau jasa yang disesuaikan pada usahanya. Terdapat penelitian menyatakan bahwa pelajar merasa sulit menghubungkan teori *marketing* dengan situasi nyata di dunia bisnis, sehingga menyebabkan motivasi belajar menurun dan kemampuan berpikir strategis serta inovatif tidak dapat berkembang (Alfaro Barrantes *et al.*, 2021). Fenomena yang terjadi pada siswa SMK di Lamongan khususnya keahlian tata busana, banyak yang belum memahami konsep *marketing*. Tidak hanya dari pembelajaran saja, siswa sangat memerlukan dukungan sosial dari lingkungan sekitar untuk meningkatkan *entrepreneurial intention* yang ada pada diri siswa.

Lingkungan sosial merupakan suatu tempat terjadinya aktivitas dan interaksi antara masyarakat satu dengan yang lain. Lingkungan sosial memiliki beberapa tingkat yaitu keluarga, sekolah, masyarakat (Khairunnisa & Rigianti, 2023). Dari hasil observasi beberapa sekolah SMK di Kabupaten Lamongan, pihak sekolah memberikan wadah untuk siswanya dalam melakukan kewirausahaan atau bisnis. Inkubasi bisnis berperan sangat positif terhadap usaha atau bisnis rintisan yang memiliki ide bisnis yang akan berdampak positif tidak hanya pada pasar, melainkan pada keberlanjutan bisnis (Bonfanti *et al.*, 2025).

Pada penelitian sebelumnya fokus pada *entrepreneurial intention* mahasiswa. Sehingga penelitian ini fokus pada pengembangan kemampuan siswa SMK dari pembelajaran *technopreneur*, *marketing* dan lingkungan sosial melalui inkubasi bisnis terutama pada keahlian tata busana di SMK Kabupaten Lamongan. Dibentuknya *entrepreneurial intention* siswa tidak hanya untuk semata-mata lulus menjadi seorang wirausaha tetapi juga sebagai upaya untuk mengenalkan kearifan lokal sekaligus melestarikan hasil karya khas kabupaten lamongan yaitu batik dan tenun. Adanya penelitian ini dapat dikembangkan sebagai acuan untuk mengembangkan inkubasi bisnis di SMK maupun pendidikan vokasional lainnya.

Penelitian ini penting dan relevan karena berupaya untuk memberikan kontribusi secara akademik dan praktis pada jenjang pendidikan SMK. penelitian ini memberikan solusi untuk mengoptimalkan pembelajaran secara teori yang dipadukan dengan praktik. Penelitian ini

bertujuan untuk menganalisis pembelajaran *technopreneur, marketing*, dan lingkungan sosial terhadap meningkatnya *entrepreneurial intention* melalui inkubasi bisnis. Secara praktis, penelitian ini memberikan solusi terhadap tantangan nyata di Kabupaten Lamongan, di mana potensi ekonomi kreatif di sektor busana belum diimbangi dengan kesiapan sumber daya manusia yang berjiwa wirausaha. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan kurikulum SMK yang lebih aplikatif dan kontekstual melalui peran *technopreneur, marketing*, dan inkubasi bisnis. Oleh karena itu, pendidikan vokasional tidak hanya menghasilkan lulusan yang terampil secara teknis, tetapi juga mandiri, kreatif, dan mampu mengembangkan potensi budaya lokal menjadi peluang ekonomi berkelanjutan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research*, yaitu menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel yang diteliti melalui pengujian hipotesis (Sugiyono, 2020). Penelitian ini dilaksanakan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Kabupaten Lamongan. Penelitian ini dilakukan pada bulan november 2025. Subyek dalam penelitian ini adalah siswa kelas XI dan XII. Sampling yang digunakan pada penelitian ini sejumlah 180 siswa.

Sesuai dengan penentuan jumlah sampling menggunakan teori *rule of thumb* PLS-SEM dengan jumlah sampel minimal dapat ditentukan dengan *rule of ten* yaitu jumlah minimal sampel harus dikali 10 kali

lipat dari indikator terbanyak yang mempengaruhi suatu konstruk endogen.

Tabel 1. Sampel Penelitian

No	Sekolah	Jumlah Siswa		Total Siswa
		XI	XII	
1	SMK Negeri 2 Lamongan	30	29	59
2	SMK Negeri 1 Kalitengah	23	17	30
3	SMK Negeri 1 Sambeng	31	22	53
4	SMK Sunan Drajat	16	22	38

Sumber: Data Peneliti (2025)

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini diawali dari hasil pengujian hipotesis *Direct Effect*. Analisis pengaruh langsung berfungsi untuk menguji hipotesis yang memiliki peran untuk memberikan pengaruh secara langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen) hasil pengolahan data disajikan pada tabel 2 berikut:

Indirect Effect

Analisis pengaruh tidak langsung dilakukan untuk menguji hipotesis pengaruh tidak langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen melalui variabel intervening atau variabel yang memediasi variabel eksogen terhadap variabel endogen. Dari uji *path coefficients* yang dilakukan menggunakan SmartPLS 4 disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Pengaruh Langsung

Hubungan	Original Smpl(O)	T-statistik	P-Value	Kesimpulan
IB → EI	0.423	3.311	0.001	Signifikan
LS → EI	0.461	4.981	0.000	Signifikan
LS → IB	0.511	6.826	0.000	Signifikan
MK → IB	0.431	4.294	0.000	Signifikan
TP → EI	0.197	1.254	0.212	Tidak Signifikan
MK → EI	-0.003	0.018	0.986	Tidak signifikan
TP → IB	-0.083	0.767	0.444	Tidak signifikan

Sumber: Data Peneliti yang telah diolah SmartPLS4 (2025)

Tabel 3 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung

Jalur Mediasi	Original Sampel (O)	T-Statistik	P-Value	Kesimpulan
LS → IB → EI	0.216	2,907	0.004	Mediasi signifikan
MK → IB → EI	0.182	2,405	0.017	Mediasi signifikan
TP → IB → EI	-0.035	0.682	0.496	Tidak signifikan

Sumber: Data Peneliti yang telah diolah SmartPLS4 (2025)

Hasil analisis menunjukkan bahwa inkubasi bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. maka

disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa inkubasi bisnis menjadi mekanisme pembentukan

entrepreneurial intention melalui pengalaman praktik, pendampingan, dan komersialisasi produk.

Model inkubasi bisnis yang diterapkan di SMK khususnya pada jurusan tata busana menyediakan ruang dan peralatan untuk melakukan produksi, menerima pesanan, merancang pemasaran, serta memperoleh bimbingan dari guru produktif. Aktivitas tersebut meningkatkan keterampilan secara teknis dan membentuk kepercayaan diri untuk memulai usaha. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Korejo *et al.*, (2023) yang menyatakan bahwa program inkubasi bisnis secara efektif dan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap *entrepreneurial intention* dalam meningkatkan kemauan siswa untuk memulai bisnis secara mandiri dengan dukungan dari sekolah yang memfasilitasi pembinaan dan sarana-prasarana untuk menunjang rintisan bisnis siswa.

Temuan empiris ini juga menunjukkan bahwa komersialisasi produk dapat dilakukan melalui *teaching factory* yang memiliki peran krusial. Sejalan dengan penelitian yang dijelaskan oleh Prianto & Qomariyah (2021) program kewirausahaan berbasis *teaching factory* mampu mengembangkan aspek pengetahuan dan keterampilan praktis mampu memperkuat *entrepreneurial intention* siswa dalam melihat peluang bisnis. Dari hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh signifikan inkubasi bisnis terhadap *entrepreneurial intention* sejalan dengan penelitian Rosado Cubero *et al.*, (2023) yang menyatakan bahwa keterlibatan siswa dalam proses inkubasi bisnis mulai dari produksi hingga komersialisasi dapat membangun persepsi positif terhadap prospek berwirausaha.

Secara keseluruhan, temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa inkubasi bisnis memiliki peran dan kontribusi yang nyata

dalam membangun kesiapan mental, kompetensi, dan menumbuhkan *entrepreneurial intention* siswa SMK untuk memilih menjadi sebagai wirausaha. Hasil analisis menunjukkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap inkubasi bisnis. Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini diterima. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial berperan sebagai faktor eksternal yang memberikan dorongan secara psikologis, motivasi, dan peluang bagi siswa untuk mengikuti kegiatan inkubasi bisnis secara aktif. Temuan ini selaras dengan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Luh *et al.* (2024) bahwa lingkungan sosial dapat meningkatkan efektivitas inkubasi bisnis dengan disertai adanya interaksi dengan lingkungan sekitar untuk menstimulasi keikutsertaan dalam kegiatan kewirausahaan untuk mengembangkan inovasi.

Pada penelitian Liang *et al.* (2024) menyatakan bahwa lingkungan sosial memiliki pengaruh positif terhadap perilaku kewirausahaan sehingga menunjukkan bahwa lingkungan sosial dapat memotivasi siswa untuk mengikuti kegiatan kewirausahaan sehingga mampu meningkatkan efektivitas inkubasi bisnis di Sekolah. Pendapat ini selaras dengan penelitian yang dikemukakan oleh Tran *et al.* (2024) yang menjelaskan bahwa lingkungan sosial mendorong inovasi dengan baik untuk memperkuat pengaruh terhadap kinerja bisnis, menekankan pentingnya membangun inovasi yang unggul dengan tersedianya sumber daya yang mendukung, sehingga lingkungan sosial sangat berperan penting untuk menciptakan relasi untuk merealisasikan inovasi dan kemampuan beradaptasi.

Hasil dari penelitian ini memberikan bukti bahwa sekolah perlu memperkuat lingkungan sosial melalui kolaborasi antara guru, orang tua, teman sebaya, dan masyarakat, sehingga dapat menciptakan lingkungan belajar kewirausahaan yang mendukung inkubasi bisnis secara lebih optimal. Adanya dukungan yang kuat, maka siswa akan lebih termotivasi untuk berpartisipasi dalam setiap tahapan inkubasi bisnis mulai dari perancangan produk, pembuatan, pemasaran, hingga komersialisasi.

Hasil analisis menunjukkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Oleh karena itu hipotesis pada pengaruh lingkungan sosial terhadap *entrepreneurial intention* di terima.

Temuan penelitian ini menyatakan bahwa lingkungan sosial merupakan faktor eksternal yang dapat memperkuat kepercayaan diri, motivasi, dan persepsi siswa terhadap kewirausahaan. Dukungan keluarga, guru, teman sebaya, dan masyarakat memberikan stimulus yang signifikan dalam pembentukan sikap dan kecenderungan siswa untuk memilih berkarir menjadi wirausaha. Hal ini selaras dengan hasil temuan Cantika & Kamalia (2024) yang menyatakan bahwa lingkungan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention* dengan adanya dukungan orang tua, keluarga, teman sebaya, guru, dan masyarakat sekitar yang memengaruhi pembentukan *entrepreneurial intention*.

Pada penelitian ini lingkungan keluarga memiliki peran yang cukup kuat melalui dukungan finansial berupa modal awal atau bantuan operasional yang memfasilitasi siswa dalam mencoba dan memulai kegiatan wirausaha sederhana. Dukungan ini menurunkan hambatan psikologis dan finansial sehingga mendorong keberanian siswa untuk memulai usaha. Hasil temuan ini selaras dengan (Chauhan *et al.*, 2024) yang menjelaskan bahwa

dukungan secara finansial dan perhatian keluarga memperkuat *entrepreneurial intention* karena mengurangi hambatan modal meningkatkan rasa percaya diri, dan menciptakan persepsi dukungan dari keluarga. Namun, pada dukungan secara emosional keluarga cenderung rendah karena kurangnya keterbukaan siswa terhadap sesuatu yang dialami kepada keluarga. Berdasarkan hasil koefisien yang signifikan, penelitian ini menegaskan bahwa lingkungan sosial merupakan faktor penting dalam membentuk *entrepreneurial intention* siswa SMK keahlian tata busana.

Temuan ini menjelaskan pentingnya menciptakan lingkungan sosial yang mendukung, baik melalui lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat membuat siswa lebih siap secara psikologis dan sosial untuk memilih berkarir menjadi wirausaha.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap inkubasi bisnis. Oleh karena itu, maka hipotesis penelitian diterima. Temuan data empiris pada penelitian menjelaskan bahwa siswa dengan pemahaman *marketing* memiliki kecenderungan yang lebih aktif dalam mengikuti program inkubasi bisnis, dari mulai merancang produk, membuat produk, menentukan segmentasi pasar, hingga melakukan strategi promosi. Hasil temuan ini selaras dengan pendapat Khraim (2024) yang menyatakan bahwa kemampuan *marketing* memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan inkubasi bisnis, hal ini karena aspek *marketing* yang mengandung wawasan untuk memahami kebutuhan pasar, mengobservasi peluang, serta merumuskan strategi yang adaptif.

Pada penelitian ini bahwa *marketing* merupakan pembelajaran yang berperan penting untuk meningkatkan efektivitas terlaksananya program inkubasi bisnis. *Marketing* sebagai penguat keterampilan dalam mengelola dan manajemen produk yang dihasilkan. Pembelajaran *marketing* diterapkan dijenjang pendidikan SMK bertujuan untuk menerapkan proses *marketing* dan kualitas pelayanan dalam mempengaruhi pembelian, sehingga dapat memperkuat pemahaman siswa tentang strategi pemasaran yang modern sesuai dengan kebutuhan (Rizki & Ningsih, 2025).

Hasil temuan pada penelitian ini menegaskan bahwa program inkubasi bisnis yang dikembangkan di SMK keahlian tata busana akan lebih efektif apabila dipadukan dengan pembelajaran *marketing* yang sistematis dan aplikatif. Adanya pembelajaran *marketing* dijenjang SMK khususnya pada keahlian busana dapat meningkatkan pemahaman siswa tentang konsep dasar *marketing*, strategi *marketing*,

hingga penerapan secara langsung pada program inkubasi bisnis. Pembelajaran *marketing* mendukung terlaksananya inkubasi bisnis yang menaungi siswa untuk melakukan kegiatan kewirausahaan.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pembelajaran *technopreneur* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Oleh karena itu, hipotesis penelitian ditolak. Temuan pada penelitian ini, menjelaskan bahwa siswa yang mempelajari konsep *technopreneurship* yang dimana penggunaan teknologi dan penggunaan media digital sangat berperan untuk menciptakan dan merealisasikan ide inovatif yang dapat menjadi sebuah bisnis, namun hal tersebut belum cukup untuk membentuk *entrepreneurial intention* pada diri siswa untuk memulai bisnis. Selaras dengan temuan pada penelitian oleh Vu et al. (2024) yang menjelaskan bahwa faktor-faktor yang membentuk *entrepreneurial intention* tidak cukup hanya pembelajaran *technopreneur* secara teori saja, tetapi juga perlu adanya dorongan atau perantara untuk meningkatkan *entrepreneurial intention*.

Temuan empiris pada penelitian ini, pembelajaran *technopreneur* dipelajari dikelas X sebagai pembelajaran dasar. Hal ini terjadi karena siswa kelas X masih pada tahap awal pembelajaran, sehingga *entrepreneurial intention* belum terbentuk dan kurangnya pengalaman praktik karena usia belajar dan konteks kurikulum. Hal ini dapat menjadi faktor kurangnya pemahaman siswa pada pembelajaran *technopreneur* karena kurang fokus pada pembelajaran tersebut. Selaras dengan penelitian Mustakim & Yulastri (2024) menunjukkan bahwa pembelajaran *technopreneur* terhadap *entrepreneurial intention* tidak berpengaruh secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi dan metode pembelajaran yang digunakan belum terealisasi dengan baik.

Hasil dari data tersebut memperkuat bahwa pembelajaran *technopreneur* di SMK perlu diarahkan pada pengalaman praktik yang lebih intensif dalam penggunaan teknologi dan keterlibatan langsung menerapkan pembelajaran *technopreneur*. Oleh karena itu, maka pembelajaran *technopreneur* di SMK perlu diarahkan secara lebih praktis, interaktif, dan terintegrasi dengan pengalaman nyata agar mampu membentuk kepercayaan diri, pengalaman, dan motivasi yang diperlukan untuk mendorong terbentuknya *entrepreneurial intention*. Temuan ini memberikan implikasi penting bahwa transformasi pedagogis dan peningkatan aktivitas praktik berbasis teknologi menjadi kebutuhan yang sangat penting dalam pengembangan kurikulum *technopreneur* di SMK.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Oleh karena itu, maka hipotesis pada penelitian ini ditolak. Pada penelitian ini, siswa SMK keahlian tata busana telah mempelajari pembelajaran *marketing* sejak di kelas X, pembelajaran ini menjelaskan tentang pemahaman konsep *marketing* secara teori, tetapi belum semua memiliki keyakinan dan kesiapan untuk memulai bisnis. Sebagian siswa SMK keahlian tata busana lebih fokus pada keterampilan teknis tata busana daripada pengembangan pola pikir untuk menjadi wirausaha, sehingga pengetahuan *marketing* tidak cukup kuat untuk mempengaruhi terbentuknya *entrepreneurial intention*. Oleh karena itu, pada temuan penelitian ini tidak selaras dengan pendapat Ouragini & Lakhal (2024) yang menjelaskan bahwa pembelajaran *marketing* dapat meningkatkan *entrepreneurial intention* tetapi perlu dikemas sebagai bagian dari kurikulum pembelajaran kewirausahaan yang aplikatif.

Hal ini dapat mendukung metode pembelajaran *marketing* secara tepat bukan hanya sekedar penyampaian teori saja. Secara keseluruhan, temuan pada penelitian ini menyimpulkan bahwa pembelajaran *marketing* tidak berpengaruh secara langsung terhadap *entrepreneurial intention*, tetapi dapat berpengaruh secara signifikan apabila diterapkan dengan pengalaman praktik berwirausaha melalui mediasi. Hal ini menegaskan pentingnya pembelajaran berbasis pengalaman sebagai penghubung antara pembelajaran secara teori dan *entrepreneurial intention*, terutama bagi siswa SMK keahlian tata busana yang membutuhkan pembelajaran yang adaptif untuk membangun kepercayaan diri dan *entrepreneurial intention* di bidang tata busana.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pembelajaran *technopreneur* tidak berpengaruh signifikan terhadap inkubasi bisnis. Oleh karena itu, hipotesis penelitian dinyatakan ditolak. Secara empiris, temuan ini menunjukkan bahwa siswa memperoleh pengetahuan dan keterampilan *technopreneurship* pada penerapan penggunaan teknologi, kreativitas digital dan *problem solving*, faktor tersebut belum mampu mendorong secara internal untuk membentuk *entrepreneurial intention* siswa.

Di SMK kabupaten Lamongan pada keahlian tata busana pembelajaran *technopreneur* hanya dilakukan dengan penjelasan secara teori, karena pembelajaran *technopreneur* masuk ke dalam mata pelajaran lain. Sehingga penyampaian materi secara langsung kepada siswa hanya dalam waktu yang terbatas, akibatnya sebagian siswa kurang memahami konsep pembelajaran

technopreneur secara mendalam. Temuan ini selaras dengan Martínez- Gregorio *et al.* (2021) yang menegaskan bahwa efektivitas kurikulum pembelajaran *technopreneur* sangat menentukan *entrepreneurial intention* siswa, maka diperlukan adanya pembelajaran yang dilaksanakan secara aplikatif. Pada keahlian tata busana di SMK, pembelajaran *technopreneur* sering fokus pada aspek teknis misalnya penggunaan aplikasi desain, produksi berbasis teknologi, atau digital *marketing* namun kurang efektif karena keterbatasan waktu dan disampaikan secara teori. Sehingga, pembelajaran tidak cukup kuat untuk membentuk *entrepreneurial intention* siswa tata busana. Temuan penelitian ini juga konsisten dengan penelitian Suhendro *et al.*, (2025) yang menjelaskan bahwa kemampuan digital dan *technopreneurship* siswa SMK tidak selalu berbanding lurus dengan *entrepreneurial intention* tanpa dukungan lingkungan pengalaman praktik, dan paparan langsung terhadap dunia usaha.

Berdasarkan keseluruhan temuan, dapat disimpulkan bahwa pembelajaran *technopreneur* tidak berpengaruh langsung terhadap *entrepreneurial intention*. Kompetensi teknis yang diperoleh siswa belum cukup untuk membentuk *entrepreneurial intention* tanpa keterlibatan faktor psikologis, dukungan lingkungan, praktik inkubasi, dan pengalaman nyata. Oleh karena itu, penguatan model pembelajaran harus diarahkan pada pendekatan berbasis pengalaman (*experiential learning*), kolaborasi dengan industri, serta program inkubasi terstruktur agar kompetensi *technopreneur* benar-benar dapat mendorong terbentuknya *entrepreneurial intention*.

Lingkungan sosial terhadap *entrepreneurial intention* dengan mediasi inkubasi. Maka disimpulkan bahwa hipotesis 8 diterima. Temuan empiris pada penelitian ini siswa SMK keahlian tata busana yang terlibat memiliki karakteristik lingkungan yang berbeda karena menggunakan lingkungan sekolah yang memiliki lokasi tata busana dan tempat tinggal yang berbeda. Hal ini memunculkan hasil efektivitas belajar dan kecenderungan siswa untuk membentuk *entrepreneurial intention* yang berbeda. Salah satu SMK terdapat di lingkungan pondok pesantren, sehingga terdapat keterbatasan yang membuat siswa sulit untuk mengeksplorasi pembelajaran dan keikutsertaan dalam kegiatan yang menunjang peningkatan kompetensi siswa. Namun, dengan demikian guru produktif berusaha memberikan pembelajaran yang semaksimal mungkin meskipun adanya keterbatasan dengan kebijakan pondok pesantren. Hasil ini sejalan dengan Khairunnisa & Rigianti, (2023) yang menyatakan

bahwa lingkungan sosial berperan sebagai sumber motivasi, rasa aman, dan validasi sosial yang meningkatkan partisipasi individu dalam aktivitas pengembangan diri.

Di SMK khususnya pada keahlian tata busana, lingkungan sosial terutama guru dan teman sebaya memberikan dorongan yang signifikan kepada siswa untuk mengikuti proses inkubasi. Keterlibatan ini menjadikan inkubasi bisnis sebagai ruang pembelajaran nyata yang menghubungkan dukungan sosial dengan pengalaman wirausaha praktis. Inkubasi bisnis memainkan peran sebagai jembatan pengalaman (*experiential bridge*) yang mengubah dukungan sosial menjadi intensi berwirausaha yang lebih kuat (Noriska *et al.*, 2025). Hasil penelitian ini menegaskan bahwa inkubasi bisnis berfungsi sebagai mekanisme mediasi yang efektif dalam meneruskan pengaruh lingkungan sosial terhadap *entrepreneurial intention*. Maka dapat diartikan bahwa dukungan lingkungan sosial akan memberikan dampak lebih besar terhadap *entrepreneurial intention*, apabila siswa terlibat dalam pengalaman kewirausahaan nyata melalui program inkubasi bisnis.

Marketing terhadap *entrepreneurial intention* dengan mediasi inkubasi bisnis maka disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Secara empiris, hasil ini menunjukkan bahwa pemahaman siswa mengenai *marketing* tidak secara langsung membentuk *entrepreneurial intention*, namun menjadi bermakna apabila siswa menerapkan keterampilan *marketing* tersebut secara praktis melalui inkubasi bisnis. Pembelajaran *marketing* dapat menghasilkan peningkatan *entrepreneurial intention* apabila dilakukan dengan pengalaman nyata, seperti memproduksi produk busana, menentukan segmentasi pasar, menyusun harga, promosi, hingga memasarkan produk yang dibuat. Selaras dengan hasil penelitian Anjum *et al.* (2024) yang menunjukkan bahwa inkubasi bisnis berperan untuk memperkuat efek pembelajaran *marketing* terhadap *entrepreneurial intention* karena inkubasi bisnis dibentuk sebagai program untuk mendukung praktik, pelatihan, dan pembinaan dalam berwirausaha.

Pada program inkubasi bisnis, siswa tidak hanya mempelajari teori *marketing*, tetapi juga melakukan kegiatan yang berorientasi langsung pada konsumen. Sejalan dengan temuan penelitian Breu & Kanbach (2025), pembelajaran *marketing* akan lebih efektif dalam membangun intensi wirausaha apabila dikaitkan dengan pengalaman nyata dalam proses inkubasi bisnis. Inkubasi bisnis menyediakan lingkungan belajar yang memungkinkan siswa memahami dinamika pasar, menghadapi tantangan produksi, dan menguji strategi pemasaran yang relevan

dengan industri kreatif, khususnya bidang tata busana. Temuan ini juga selaras dengan kenyataan bahwa siswa SMK membutuhkan pengalaman nyata untuk dapat menilai kelayakan serta potensi pasar dari produk yang mereka buat. Secara keseluruhan, hasil ini menegaskan bahwa pembelajaran *marketing* dan inkubasi bisnis merupakan kombinasi yang sangat efektif.

Pembelajaran *technopreneur* terhadap *entrepreneurial intention* dengan mediasi inkubasi tidak berpengaruh secara signifikan. Maka dapat disimpulkan hipotesis ditolak. Hasil ini menjelaskan bahwa meskipun pembelajaran *technopreneur* mampu meningkatkan kreativitas kewirausahaan yang lebih intensif dan terstruktur agar dapat memberikan kontribusi nyata dalam dan keterampilan teknologi siswa dengan menggunakan aplikasi desain, pemanfaatan media digital, atau inovasi dalam pembuatan produk untuk meningkatkan kompetensi. Hal tersebut tidak secara otomatis mempengaruhi menjadi *entrepreneurial intention*. Pembelajaran *technopreneur* bersifat teknis dan berfokus pada inovasi produk atau penggunaan teknologi, bukan pada motivasi kewirausahaan. Sementara itu, *entrepreneurial intention* lebih banyak dipengaruhi oleh faktor psikologis. Inkubasi bisnis melibatkan aktivitas produksi dan pemasaran, pengalaman tersebut tidak cukup kuat untuk meneruskan pengaruh *technopreneur* menjadi keinginan untuk membuka usaha. Peningkatan kreativitas teknologi siswa tidak berdampak signifikan pada intensi berwirausaha tanpa adanya faktor pendukung. Sudut pandang siswa terhadap pembelajaran *technopreneur* sebagai pelajaran yang mendukung keterampilan desain dan kreativitas, bukan sebagai dasar utama untuk berwirausaha. Pandangan ini membuat pengaruh *technopreneur* terhadap *entrepreneurial intention* tetap lemah, bahkan ketika dimediasi oleh inkubasi bisnis. Temuan ini konsisten dengan penelitian Prianto & Qomariyah (2021) yang menyatakan bahwa *entrepreneurial intention* harus dikombinasikan dengan pengalaman kewirausahaan yang lebih kuat agar dapat meningkatkan intensi berwirausaha. Maka dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa inkubasi bisnis bukan jalur yang efektif untuk meneruskan pengaruh *technopreneur* terhadap *entrepreneurial intention*.

4. Simpulan dan Saran

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pembelajaran *technopreneur*, *marketing*, dan lingkungan sosial terhadap *entrepreneurial intention* melalui inkubasi bisnis pada siswa SMK Keahlian tata busana di Kabupaten Lamongan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inkubasi bisnis dan lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial intention*, sehingga pengalaman kewirausahaan yang dilakukan secara nyata menjadi faktor eksternal yang penting dalam pembentukan *entrepreneurial intention* siswa. Lingkungan sosial dan *marketing* berpengaruh signifikan terhadap inkubasi bisnis, tetapi *marketing* tidak berpengaruh secara langsung terhadap *entrepreneurial intention*. Sementara itu, pembelajaran *technopreneur* tidak menunjukkan pengaruh secara signifikan secara langsung maupun secara tidak langsung terhadap *entrepreneurial intention*.

Pada penelitian ini terdapat temuan yang mengindikasikan bahwa penguatan pendidikan kewirausahaan di SMK perlu difokuskan pada pembelajaran berbasis pengalaman yang terintegrasi dengan program inkubasi bisnis serat didukung oleh lingkungan sosial yang kondusif *entrepreneurial intention* siswa keahlian tata busana di SMK Kabupaten Lamongan.

Bagi sekolah SMK dan dinas pendidikan disarankan untuk menerapkan program inkubasi bisnis pada pembelajaran *technopreneur* dan *marketing* di sekolah. Melibatkan seluruh siswa kelas XI dan XII keahlian tata busana yang bertujuan untuk menghasilkan produk dan usaha rintisan siswa sehingga meningkatkan *entrepreneurial intention* siswa. Program inkubasi bisnis dilaksanakan dengan dukungan fasilitas dan guru yang relevan dengan kurikulum. Program inkubasi bisnis dilakukan dalam rentan waktu selama satu semester hingga satu tahun ajaran.

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk secara spesifik mengkaji pengaruh pembelajaran *technopreneur* dan *marketing* berbasis praktik serta peran inkubasi bisnis memfokuskan pada model pembelajaran atau program inkubasi tertentu di SMK. Pengukuran variabel dapat dilakukan secara lebih terukur melalui penambahan indikator kuantitatif. Penelitian ini dinilai dapat dicapai dengan menggunakan desain kuasi-eksperimental atau *mixed methods* yang realistis diterapkan di sekolah.

Daftar Pustaka

- Alfaro Barrantes, P., Beaupré, J. G., & Jacobs, B. L. (2021). Experiential learning projects: Engaging first and second year principles of *marketing* students. In *Journal of Higher Education Theory and Practice*, 21(1), 115–24.
<https://doi.org/10.33423/jhetp.v21i1.4042>
Anjum, T., Díaz Tautiva, J. A., Zaheer, M. A., & Heidler, P. (2024). *Entrepreneurial intentions: Entrepreneurship Education Programs,*

Cognitive Motivational Factors of Planned Behavior, and Business Incubation Centers. *Education Sciences*, 14(9).

- <https://doi.org/10.3390/educsci14090983>
Bonfanti, A., Mion, G., & Vigolo, V. (2025). *Business incubators as a driver of sustainable entrepreneurship development: evidence from the Italian experience*. 31(6), 1430–1454.
<https://doi.org/10.1108/IJEBR-05-2024-0500>
Cantika, G. W., & Kamalia, P. U. (2024). *Pengaruh Self Efficacy, Karakter Wirausaha, dan Lingkungan Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha Berbasis Digital pada Mahasiswa*. 5(8), 3597–3614.
Chauhan, S., Chauhan, K., Singh, S., Mahlawat, S., & Kumar, V. (2024). Analyzing family support mediating role between motivational factors and sustainable *entrepreneurial intentions: A study on university students*. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 3(3), 100076.
<https://doi.org/10.1016/j.stae.2024.100076>
Fadhillatuzzahro, H., Ichwanto, M. A., Muthmainnah, M., Agustin, N. A., & Puspitasari, L. (2024). Implementasi Kurikulum Pendidikan Kejuruan Dalam Mengatasi Pengangguran Lulusan Smk. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, 4(3), 4.
<https://doi.org/10.17977/-um068.v4.i3.2024.4>
Khairunnisa, N., & Rigianti, H. A. (2023). Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Prestasi Belajar Siswa Di Sekolah Dasar. *Didaktik : Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 9(3), 1360–1369.
<https://doi.org/10.36989/didaktik.v9i3.1477>
Khraim, H. S. (2024). The impact of dynamic *marketing* capabilities on startup performanc: A case of business incubators in Jordan. *Innovative Marketing*, 20(1).
[https://doi.org/10.21511/im.20\(1\).2024.12](https://doi.org/10.21511/im.20(1).2024.12)
Korejo, E. N., Korejo, M. saleem, Bhutto, N. A., & Soomro, S. (2023). *University Business Incubators and Student's Entrepreneurial intentions: Impact and Effectiveness Incubadores De Empresas Universitárias E Intenções Empreendedorias De Alunos: Impacto E Eficácia*. 182–204.
Lehmann, E. E., & Weiße, L. (2025). Religion and entrepreneurship: a meta - analysis. In *Management Review Quarterly* (Issue September 2024). Springer International Publishing.
<https://doi.org/10.1007/s11301-025-00547-z>
Li, Y., Cao, K., & Jenatabadi, H. S. (2023). Effect of entrepreneurial education and creativity on *entrepreneurial intention* in college students: mediating entrepreneurial inspiration, mindset, and self-efficiency. *Frontiers in Psychology*, 14(September), 1–13.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.-1240910>

- Liang, B., Xiong, Y., Yang, J., Li, A., & Yang, Y. (2024). *The Impact of Social Capital on College Students Entrepreneurial Behavior: A Moderated Mediation Model*. June, 1–13. <https://doi.org/10.1177/21582440241244952>
- Luh, N., Ayu, K., Sucandrawati, S., Suartini, N. W., & Wati, I. (2024). *The Influence of Social Capital, Entrepreneurial Competence and Entrepreneurial Ecosystem in Shaping Business Incubators in Indonesia*. 5(1), 852–866.
- Martínez-Gregorio, S., Badenes-Ribera, L., & Oliver, A. (2021). Effect of entrepreneurship education on entrepreneurship intention and related outcomes in educational contexts: a. *The International Journal of Management Education*, 19(3), 100545. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100545>
- Mustakim, W., & Yulastri, A. (2024). *Entrepreneurial intention of Vocational High School Students: Does Technopreneurship Insight, Self-Efficacy and Locus of Control?* *Educational Insights*, 2(1), 9–18.
- Noriska, N. K. S., Puspitasari, A., Sulistyowati, V., Pusparisti, M., & Amborowati, A. (2025). Penguatan Wirausaha Muda melalui Program Inkubasi Bisnis Youth Entrepreneur Prodi Manajemen Bisnis di Kota Surakarta. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 5(1), 81–90. <https://doi.org/10.54082/jamsi.1555>
- Ouragini, I., & Lakhal, L. (2024). The Effect of Entrepreneurial Marketing Education on The Determinants of Students' Entrepreneurial intention. *The International Journal of Management Education*, 22(1). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.10090>
- Prianto, A., & Qomariyah, U. N. (2021). *The Effectiveness of Teaching Factory Based Learning to Strengthen Entrepreneurial Competencies and Intentions*. 24(1).
- Rizki, F. A., & Ningsih, E. F. (2025). *Implementation of Marketing Mix (4P) as an Educational Marketing Strategy in SMK Muhammadiyah*. 7(2). <https://doi.org/10.25217/jrie.v7i2.6622>
- Rosado Cubero, A., Hernández, A., Jiménez, F. J. B., & Freire-Rubio, T. (2023). *Promotion of entrepreneurship through business incubators: Regional analysis in Spain, Technological Forecasting and Social Change*. 190. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122419>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Suhendro, J. M., Wayan, N., Suaryani, N., & Putri, T. (2025). *Peningkatan Kompetensi Technopreneurship Melalui Penerapan Business Model Canvas pada Siswa SMK Negeri 1 Mengwi*
- Syahbudi, M. (2021). *Ekonomi Kreatif Indonesia Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global* (1st ed.). CV. Merdeka Kreasi Group. <https://books.google.co.id/books?id=zglHEAAQBAJ&lpg=PP1&pg=PA1#v=onepage&q&f=false>
- Tran, D. Van, Nguyen, P. Van, Tran, N., Dinh, T., Huynh, T. N., & Ma, K. Van. (2024). Exploring the impact of social capital on business performance: The role of dynamic capabilities, open innovation and government support. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(4), 100416. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100416>
- Turner-Henderson, T., Bryant, M., Riley, J., Watson, A., & Nicewicz Scott, K. (2025). The Effectiveness of Teaching Factory Based Learning to Strengthen Entrepreneurial Competencies and Intentions. *Marketing Education Review*, 00(00), 1–14. <https://doi.org/10.1080/1052-8008.2025.2551972>
- Vu, T. H., Do, A. D., Ha, D. L., Hoang, D. T., & Le, T. A. Van. (2024). Antecedents of digital entrepreneurial intention among engineering students. *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(1), 100233. <https://doi.org/10.1016/j.ijime.2024.100233>
- Wan Kamarudin, W. N. H., Wan Kamarudin, W. N. B., Mohamad, N. H., Samsudin, A., & Nik Mohd Fahmi, N. M. Z. (2025). The Role of Entrepreneurship Education in Technical and Vocational Training (TVET): Insights from Malaysian Architecture Students. *International Journal of Social Science Research*, 13(1), 249. <https://doi.org/10.5296/ijssr.v13i1.22665>