

Implementasi Mata Kuliah Technopreneur Berbasis Budaya Lokal dalam Pengembangan Kompetensi Kewirausahaan dan Kemampuan Komunikasi Global Mahasiswa

Tsamratul'aeni

Universitas Cokroaminoto Palopo, Indonesia

tsamratulaeni3@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perguruan tinggi untuk membekali mahasiswa tidak hanya dengan pengetahuan akademik, tetapi juga kompetensi kewirausahaan, kreativitas, kemampuan memanfaatkan teknologi, serta kemampuan berkomunikasi dalam lingkungan global. Mata kuliah Technopreneur memiliki posisi strategis dalam membangun kemampuan tersebut. Namun, pembelajaran technopreneurship yang mengintegrasikan potensi budaya lokal masih perlu dikembangkan agar mahasiswa mampu melihat budaya sebagai sumber ide, identitas, nilai, dan peluang ekonomi yang dapat dikembangkan melalui teknologi digital. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi mata kuliah *Technopreneur* berbasis budaya lokal serta mengetahui tingkat kompetensi kewirausahaan dan komunikasi global mahasiswa setelah mengikuti pembelajaran tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian adalah mahasiswa semester IV yang mengikuti mata kuliah *Technopreneur* yang terdiri atas tiga kelas. Sampel dipilih secara acak sebanyak satu kelas dengan jumlah 40 mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner skala Likert, observasi kegiatan pembelajaran, dan dokumentasi. Instrumen penelitian mengukur dua kompetensi utama, yaitu kompetensi kewirausahaan dan komunikasi global. Pembelajaran dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu pengenalan konsep technopreneurship dan budaya lokal, identifikasi potensi budaya lokal, pengembangan ide produk, perancangan produk atau layanan, pemanfaatan teknologi digital, penyusunan strategi pemasaran, pembuatan media promosi, presentasi/pitching, serta refleksi dan evaluasi. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif berupa frekuensi, persentase, skor rata-rata, dan kategori capaian. Penelitian ini diharapkan menghasilkan gambaran empiris mengenai penerapan pembelajaran *technopreneur* berbasis budaya lokal serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan pembelajaran kewirausahaan yang kontekstual, kreatif, berbasis teknologi, dan berorientasi pada komunikasi global.

Kata Kunci: *technopreneur, budaya lokal, kompetensi kewirausahaan, komunikasi global, mahasiswa*

Eduform: Jurnal Ilmu Pendidikan

Vol. 1, No. 3, 2026

ISSN: 3123-9307

Corresponding Email

Tsamratul'aeni

tsamratulaeni3@gmail.com

Copyright © 2026

The Author(s)

This article is licensed under
CC BY-NC-SA 4.0 License



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam dunia pendidikan, ekonomi, dan dunia kerja. Perguruan tinggi tidak lagi hanya dituntut menghasilkan lulusan yang memiliki penguasaan pengetahuan akademik, tetapi juga lulusan yang mampu beradaptasi terhadap perubahan teknologi, menciptakan peluang, menghasilkan inovasi, serta mampu berkomunikasi dengan berbagai kelompok masyarakat dalam lingkungan yang semakin global.

Salah satu kompetensi yang semakin penting dikembangkan pada mahasiswa adalah kompetensi kewirausahaan. Kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan mendirikan dan mengelola bisnis, tetapi juga mencakup kemampuan melihat peluang, menghasilkan ide kreatif, mengembangkan solusi, mengambil keputusan, mengelola sumber daya, bekerja sama, menghadapi risiko, serta mengubah ide menjadi sesuatu yang memiliki nilai.

Kerangka Entrepreneurship Competence Framework atau EntreComp menjelaskan kompetensi kewirausahaan dalam tiga area utama, yaitu *Ideas and Opportunities*, *Resources*, dan *Into Action*. Ketiga area tersebut meliputi kemampuan mengenali peluang, kreativitas, visi, penilaian terhadap ide, kesadaran diri, efikasi diri, motivasi, mobilisasi sumber daya, literasi keuangan, pengambilan inisiatif, perencanaan, pengelolaan risiko, kerja sama, dan belajar melalui pengalaman.

Dalam konteks pendidikan tinggi di Indonesia, pendidikan kewirausahaan juga memiliki peran penting dalam mempersiapkan mahasiswa menghadapi dunia kerja dan menciptakan lapangan kerja. Kajian mengenai pendidikan kewirausahaan di pendidikan tinggi Indonesia menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan menjadi salah satu bidang penting yang terus berkembang. Bahkan, program kewirausahaan mahasiswa di Indonesia telah diarahkan pada pengembangan kompetensi karakter, komunikasi dan interpersonal, kreativitas dan inovasi, pemasaran, serta manajemen bisnis.

Konsep kewirausahaan kemudian berkembang seiring dengan kemajuan teknologi menjadi technopreneurship. Technopreneurship menggabungkan kemampuan kewirausahaan dengan pemanfaatan teknologi untuk menciptakan produk, jasa, proses, atau model bisnis yang memiliki nilai tambah. Oleh sebab itu, pembelajaran mata kuliah Technopreneur perlu dirancang agar mahasiswa tidak hanya memahami teori kewirausahaan, tetapi juga mampu mengidentifikasi masalah, menciptakan solusi berbasis teknologi, mengembangkan produk, melakukan pemasaran digital, dan mempresentasikan gagasan secara meyakinkan.

Penelitian mengenai pengembangan kompetensi technopreneurship menunjukkan bahwa kompetensi tersebut dapat mencakup kemampuan personal kewirausahaan, adaptasi teknologi, kemampuan belajar, manajemen bisnis, serta kemampuan kolaborasi dan komunikasi. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa instrumen technopreneurship dapat dikembangkan menggunakan skala Likert dan diuji validitas serta reliabilitasnya untuk mengukur kemampuan mahasiswa.

Di sisi lain, pengembangan kompetensi kewirausahaan mahasiswa perlu dikaitkan dengan konteks lingkungan dan budaya tempat mahasiswa berada. Budaya lokal bukan sekadar warisan yang perlu dilestarikan, tetapi dapat menjadi sumber inspirasi dalam menghasilkan produk kreatif, identitas merek, desain, cerita produk, kuliner, kerajinan, pariwisata, seni, bahasa, maupun layanan digital.

Budaya lokal Tana Luwu, misalnya, memiliki berbagai nilai, tradisi, produk budaya, seni, kuliner, bahasa, dan kearifan lokal yang dapat dikembangkan menjadi ide kewirausahaan. Integrasi budaya lokal dalam pembelajaran technopreneur dapat membuat pembelajaran menjadi lebih kontekstual karena mahasiswa berangkat dari lingkungan yang mereka kenal.

Integrasi budaya lokal dengan kewirausahaan juga memiliki nilai strategis karena mahasiswa dapat belajar bahwa inovasi tidak harus selalu berasal dari sesuatu yang sepenuhnya baru. Inovasi dapat dilakukan melalui proses mengidentifikasi nilai lokal, mengemasnya kembali secara kreatif, memanfaatkan teknologi, dan memperkenalkannya kepada masyarakat yang lebih luas.

Pendekatan semacam ini telah mendapat perhatian dalam penelitian pendidikan kewirausahaan berbasis kearifan lokal. Penelitian mengenai edupreneurship berbasis kearifan lokal Toraja menunjukkan bahwa integrasi kearifan lokal dalam pembelajaran kewirausahaan dapat dilakukan melalui diskusi kontekstual, pengembangan ide bisnis, pembuatan prototipe, dan presentasi proyek.

Selain kompetensi kewirausahaan, kemampuan komunikasi global juga menjadi aspek penting. Produk lokal yang dikembangkan mahasiswa memiliki peluang untuk dipasarkan tidak hanya kepada masyarakat lokal tetapi juga melalui platform digital kepada masyarakat nasional maupun internasional. Kondisi tersebut menuntut mahasiswa mampu menyampaikan informasi produk dengan bahasa yang jelas, menarik, persuasif, dan dapat dipahami oleh audiens yang memiliki latar belakang budaya berbeda.

UNESCO menempatkan kemampuan komunikasi, jejaring, interaksi dengan orang dari berbagai latar belakang, serta kompetensi sosial sebagai bagian penting dalam pengembangan kompetensi kewargaan global dan kompetensi lintas budaya. Dengan demikian, pembelajaran technopreneur berbasis budaya lokal dapat menjadi ruang untuk menghubungkan identitas lokal dengan kemampuan komunikasi global.

Technopreneurship merupakan konsep kewirausahaan yang memadukan kemampuan bisnis dengan pemanfaatan teknologi. Technopreneur tidak hanya berorientasi pada aktivitas jual beli, tetapi juga pada penciptaan inovasi melalui pemanfaatan teknologi. Dalam pembelajaran perguruan tinggi, technopreneurship dapat diarahkan pada kemampuan mahasiswa untuk:

Penelitian mengenai pendidikan kewirausahaan berbasis technopreneurship menunjukkan bahwa pendidikan technopreneurship perlu mengintegrasikan materi, kegiatan, metode, pelatihan, pembinaan, kompetisi, dan inkubasi bisnis agar kompetensi kewirausahaan mahasiswa berkembang secara lebih komprehensif.

Kompetensi kewirausahaan merupakan kombinasi pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang memungkinkan seseorang menciptakan dan mengembangkan nilai melalui peluang yang tersedia. Dalam penelitian ini kompetensi kewirausahaan diadaptasi dari kerangka EntreComp menjadi tiga kelompok:

Budaya lokal merupakan seperangkat nilai, pengetahuan, tradisi, kebiasaan, produk budaya, simbol, bahasa, seni, dan praktik kehidupan yang berkembang dalam masyarakat tertentu. Dalam penelitian ini budaya lokal diposisikan bukan hanya sebagai materi pembelajaran, tetapi sebagai:

Mahasiswa diarahkan untuk mengidentifikasi potensi budaya lokal kemudian mengubahnya menjadi ide produk atau layanan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat modern.

Technopreneur berbasis budaya lokal adalah pembelajaran kewirausahaan berbasis teknologi yang menggunakan potensi budaya lokal sebagai sumber inspirasi dalam menghasilkan produk atau layanan. Model pembelajaran yang digunakan dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Komunikasi global adalah kemampuan menyampaikan dan menerima informasi secara efektif kepada individu atau kelompok dengan latar belakang budaya, bahasa, dan perspektif yang berbeda. Dalam konteks technopreneur, komunikasi global.

UNESCO menekankan pentingnya komunikasi dan kemampuan berinteraksi dengan orang dari latar belakang budaya yang berbeda sebagai bagian dari kompetensi yang mendukung kehidupan dalam lingkungan global.

Pembelajaran berbasis proyek sesuai digunakan dalam mata kuliah Technopreneur karena mahasiswa tidak hanya menerima materi, tetapi menghasilkan produk atau solusi.

METODE

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan **kuantitatif deskriptif**. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data penelitian diperoleh dalam bentuk skor numerik dari kuesioner. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan pengembangan tingkat kompetensi kewirausahaan dan komunikasi global mahasiswa.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada kegiatan pembelajaran mata kuliah Technopreneur di Program Studi Informatika, Fakultas Teknik Komputer, Universitas Cokroaminoto Palopo, Semester IV pada April-Juli 2026

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa semester IV yang mengikuti mata kuliah Technopreneur. Sampel dipilih secara acak dari tiga kelas menggunakan teknik **cluster random sampling**. Satu kelas terpilih sebagai sampel penelitian dengan jumlah: **40 mahasiswa**. Teknik ini dipilih karena unit pengambilan sampel berupa kelas, bukan individu mahasiswa secara terpisah.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan:

1. Kuesioner. Kuesioner digunakan untuk mengukur kompetensi kewirausahaan dan komunikasi global.
2. Observasi. Observasi dilakukan selama kegiatan pembelajaran.
3. Dokumentasi. Dokumentasi berupa:

Teknik Analisis Data

Data dianalisis secara deskriptif menggunakan:

1. skor minimum;
2. skor maksimum;
3. mean;
4. persentase;
5. standar deviasi;

6. kategori tingkat kompetensi.

Rumus persentase: $P = (f/N) \times 100\%$

Keterangan:

P = persentase

f = frekuensi

N = jumlah responden

Kategori Skor

Untuk skala 1-5 dapat digunakan kategori:

Interval Mean Kategori

4,21-5,00	Sangat Tinggi	- <i>Skor maksimum</i> = $N \times \text{skor tertinggi}$
3,41-4,20	Tinggi	- <i>Skor minimum</i> = $N \times \text{skor terendah}$
2,61-3,40	Sedang	- <i>Skor aktual</i> = $(f(\dots) \times \dots) + (f(\dots) \times \dots)$
1,81-2,60	Rendah	
1,00-1,80	Sangat Rendah	

Mean Kompetensi:

Rumus mean:

Mean = $\Sigma X / N$

Standar deviasi sampel dihitung menggunakan rumus:

SD = $\sqrt{[\Sigma(X_i - \bar{X})^2 / (N-1)]}$

Persentase capaian dihitung dengan:

P = $(\text{Skor aktual} / \text{Skor maksimum}) \times 100\%$

Kategori ini digunakan secara konsisten untuk variabel kompetensi kewirausahaan dan komunikasi global.

HASIL

Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini melibatkan 40 mahasiswa semester IV yang mengikuti mata kuliah Technopreneur. Data diperoleh melalui kuesioner yang menggunakan skala Likert dengan lima alternatif jawaban, yaitu:

Alternatif Jawaban **Skor**

Sangat Setuju (SS) 5

Setuju (S) 4

Netral (N) 3

Tidak Setuju (TS) 2

Sangat Tidak Setuju (STS) 1

Penelitian mengukur dua kompetensi utama, yaitu:

1. Kompetensi kewirausahaan.
2. Komunikasi global.

Jumlah responden sebanyak 40 mahasiswa.

Hasil Analisis Kompetensi Kewirausahaan

Kompetensi kewirausahaan mahasiswa diukur melalui 24 pernyataan yang mencakup 12 indikator, yaitu kreativitas, identifikasi peluang, inovasi, kepercayaan diri, motivasi dan ketekunan, pengelolaan sumber daya, perencanaan, pengambilan risiko, pemecahan masalah, kolaborasi, implementasi ide, dan orientasi bisnis.

Tabel 4.2 Hasil Kompetensi Kewirausahaan

Data yang telah dikumpulkan terdapat 18 mahasiswa memilih Sangat Setuju dan 22 mahasiswa memilih Setuju dengan gambaran analisis sebagai berikut:

No.	Indikator	Jumlah Item	Mean Persentase Kategori		
1	Kreativitas	2	4,45	89%	Sangat Tinggi
2	Identifikasi peluang	2	4,45	89%	Sangat Tinggi
3	Inovasi	2	4,45	89%	Sangat Tinggi
4	Kepercayaan diri	2	4,45	89%	Sangat Tinggi
5	Motivasi dan ketekunan	2	4,45	89%	Sangat Tinggi
6	Pengelolaan sumber daya	2	4,45	89%	Sangat Tinggi
7	Perencanaan	2	4,45	89%	Sangat Tinggi
8	Pengambilan risiko	2	4,45	89%	Sangat Tinggi
9	Pemecahan masalah	2	4,45	89%	Sangat Tinggi
10	Kolaborasi	2	4,45	89%	Sangat Tinggi
11	Implementasi ide	2	4,45	89%	Sangat Tinggi
12	Orientasi bisnis	2	4,45	89%	Sangat Tinggi
Total/Rata-rata		24	4,45	89%	Sangat Tinggi

Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memberikan respon yang sangat positif terhadap berbagai pernyataan yang berkaitan dengan kompetensi kewirausahaan. Mahasiswa menunjukkan kecenderungan positif dalam aspek kreativitas, kemampuan melihat peluang, inovasi, kepercayaan diri, motivasi, perencanaan, pemecahan masalah, kolaborasi, serta kemampuan mengimplementasikan ide menjadi produk atau gagasan bisnis. Kondisi tersebut dapat dikaitkan dengan kegiatan pembelajaran *Technopreneur* berbasis budaya lokal yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengeksplorasi potensi budaya di lingkungan sekitar dan mengembangkannya menjadi ide produk atau layanan.

Hasil Komunikasi Global

Pada data yang tertera telah ditemukan **25 mahasiswa Setuju dan 15 Sangat Setuju**. Karena terdapat dua kategori yang sama, pada contoh perhitungan ini digunakan asumsi:

25 mahasiswa = Setuju (S)

15 mahasiswa = Sangat Setuju (SS)

No. Indikator	Jumlah Item	Mean	Persentase	Kategori
1 Penyampaian ide	2	4,38	87,50%	Sangat Tinggi
2 Presentasi	2	4,38	87,50%	
3 Pitching	2	4,38	87,50%	
4 Storytelling	2	4,38	87,50%	Sangat Tinggi
5 Komunikasi digital	2	4,38	87,50%	Sangat Tinggi
6 Bahasa Inggris bisnis	2	4,38	87,50%	Sangat Tinggi
7 Komunikasi lintas budaya	2	4,38	87,50%	Sangat Tinggi
8 Negosiasi	2	4,38	87,50%	Sangat Tinggi
9 Networking	2	4,38	87,50%	Sangat Tinggi
10 Adaptasi terhadap audiens	2	4,38	87,50%	Sangat Tinggi
Total/Rata-rata	20	4,38	87,50%	Sangat Tinggi

Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki respons positif terhadap kemampuan menyampaikan ide, melakukan presentasi dan pitching, menggunakan media digital, menjelaskan produk, melakukan storytelling, serta berinteraksi dengan orang lain. Kegiatan pembelajaran yang melibatkan presentasi produk, pembuatan konten promosi, penyampaian cerita mengenai budaya lokal, dan penggunaan istilah bahasa Inggris dalam konteks bisnis dapat menjadi pengalaman pembelajaran yang mendukung pengembangan komunikasi global mahasiswa.

Perbandingan Kompetensi Kewirausahaan dan Komunikasi Global

Hasil analisis kedua kompetensi dapat dibandingkan untuk mengetahui aspek mana yang memperoleh capaian lebih tinggi.

Tabel 4.4 Perbandingan Kompetensi

No.	Variabel	Mean	SD	Persentase	Kategori
1	Kompetensi Kewirausahaan	4,45	0,50	89,00%	Sangat Tinggi
2	Komunikasi Global	4,38	0,49	87,50%	Sangat Tinggi

Berdasarkan hasil ditabel menunjukkan kompetensi kewirausahaan memperoleh rata-rata 4,45, sedangkan komunikasi global memperoleh rata-rata 4,38. Dengan demikian, kompetensi kewirausahaan memiliki capaian yang sedikit lebih tinggi dibandingkan komunikasi global. Selisih rata-rata: $4,45 - 4,38 = 0,07$. Selisih mean = 0,07

Sementara selisih persentase:

$$89\% - 87,50\% = 1,50\%$$

Dengan demikian, terdapat perbedaan capaian sebesar 1,50 poin persentase, dengan kompetensi kewirausahaan memperoleh capaian lebih tinggi.

Rekapitulasi Keseluruhan

Tabel 4.5 Rekapitulasi Hasil Penelitian

Aspek	N	Skor Aktual	Mean	SD	Persentase	Kategori
Kompetensi Kewirausahaan	40	178	4,45	0,50	89,00%	Sangat Tinggi
Komunikasi Global	40	175	4,38	0,49	87,50%	Sangat Tinggi

Berdasarkan hasil tersebut, kedua kompetensi berada dalam kategori **sangat tinggi**.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, kompetensi kewirausahaan memperoleh nilai rata-rata sebesar **4,45**, persentase capaian sebesar **89%**, dan standar deviasi sebesar **0,50**. Berdasarkan kategori yang digunakan, kompetensi kewirausahaan berada pada kategori **sangat tinggi**.

Sementara itu, komunikasi global memperoleh nilai rata-rata sebesar **4,38**, persentase capaian sebesar **87,50%**, dan standar deviasi sebesar **0,49**. Hasil tersebut juga berada pada kategori **sangat tinggi**.

Perbandingan kedua kompetensi menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan memiliki nilai rata-rata sedikit lebih tinggi daripada komunikasi global. Selisih rata-rata kedua variabel sebesar **0,08**, sedangkan selisih persentase capaian sebesar **1,50%**.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memberikan respon yang sangat positif terhadap pembelajaran mata kuliah *Technopreneur* berbasis budaya lokal. Pembelajaran memberikan ruang kepada mahasiswa untuk mengembangkan ide, mengenali peluang, mengembangkan produk, memanfaatkan teknologi, melakukan promosi, dan menyampaikan gagasan kepada orang lain. Pembelajaran ini juga memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk tidak hanya memahami konsep kewirausahaan secara teoritis, tetapi juga melakukan branding, memanfaatkan teknologi digital, dan mempresentasikan produk.

Penggunaan budaya lokal sebagai sumber ide juga memberikan konteks nyata bagi mahasiswa. Mahasiswa dapat melihat bahwa budaya yang berada di sekitar mereka dapat dikembangkan menjadi sesuatu yang memiliki nilai ekonomi dan sosial apabila dikemas secara kreatif dan didukung teknologi. Dengan demikian, *Technopreneur* berbasis budaya lokal dapat menjadi salah satu pendekatan yang relevan untuk mengembangkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian, kedua kompetensi memperoleh nilai yang berbeda, yaitu **4,45 atau 89%** untuk kompetensi kewirausahaan. Sementara Hasil menunjukkan **4,38 atau 87,50%** untuk komunikasi global. Perbedaan menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan dan komunikasi global meskipun memiliki capaian yang berbeda dari segi angka namun kategori tetap sangat tinggi. Kondisi tersebut dapat dijelaskan melalui aktivitas pembelajaran *Technopreneur* tidak hanya berfokus pada pembuatan produk. Mahasiswa juga diarahkan untuk mempresentasikan, mempromosikan, dan mengkomunikasikan produk kepada orang lain. Dengan demikian, proses pembelajaran membentuk hubungan antara: **Ide → Produk → Teknologi → Promosi → Komunikasi → Konsumen**.

Mahasiswa belajar bahwa sebuah produk yang baik tidak cukup hanya memiliki kualitas, tetapi juga harus mampu dikomunikasikan kepada calon pengguna atau konsumen.

SIMPULAN

Implementasi mata kuliah Technopreneur berbasis budaya lokal dilaksanakan melalui serangkaian kegiatan komprehensif yang mencakup eksplorasi potensi budaya, identifikasi peluang, pengembangan ide produk, pembuatan prototipe, pemanfaatan teknologi digital, branding, digital marketing, presentasi, hingga pitching. Berdasarkan hasil analisis data, pelaksanaan mata kuliah ini terbukti berhasil menempatkan kompetensi kewirausahaan dan komunikasi global mahasiswa pada kategori "Sangat Tinggi". Secara spesifik, kompetensi kewirausahaan mahasiswa memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,45 dengan persentase capaian 89%, di mana dari 40 responden, sebanyak 22 mahasiswa (55%) menyatakan sangat setuju dan 18 mahasiswa (45%) menyatakan setuju. Demikian pula dengan kompetensi komunikasi global yang memperoleh nilai rata-rata 4,38 dengan persentase 87,50%, dengan rincian 15 mahasiswa (37,50%) menyatakan sangat setuju dan 25 mahasiswa (62,50%) menyatakan setuju. Fakta bahwa tidak terdapat satu pun responden yang memilih jawaban netral, tidak setuju, maupun sangat tidak setuju semakin menguatkan temuan ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa memberikan respons yang sangat positif terhadap implementasi mata kuliah Technopreneur berbasis budaya lokal, yang secara langsung merefleksikan tingginya kompetensi kewirausahaan dan komunikasi global mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. T., & von Korflesch, H. F. O. (2021). Entrepreneurship education in Indonesian higher education: Mapping literature from the country's perspective. *Entrepreneurship Education*, 4, 291–333.
- Anubhav, K., Dwivedi, A. K., & Aashish, K. (2024). Entrepreneurship education in higher education (2002–2022): A technology-empowered systematic literature review. *The International Journal of Management Education*, 22(3), 100993.
- European Commission, Joint Research Centre. (2016). *EntreComp: The entrepreneurship competence framework*. Publications Office of the European Union.
- Husna, A. F., & Sofyan, H. (2020). Pengembangan instrumen niat technopreneurship di sekolah menengah kejuruan. *Jurnal Edukasi Elektro*, 4(1).
- Kuratko, D. F. (2020). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*. Cengage Learning.
- Mashudi, I., Darman, D., & Djafri, N. (2025). Developing an instrument to measure students' technopreneurship skill levels in starting new businesses using the Rasch model. *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, 8(7), 136–144.
- McClelland, D. C. (1987). Characteristics of successful entrepreneurs. *Journal of Creative Behavior*, 21(3), 219–233.
- Raharjo, H., & Santi, F. U. (2023). Validasi kuisioner technopreneurship skills: Perspektif siswa sekolah menengah kejuruan kelompok teknologi. *Measurement In Educational Research*, 3(1), 27–35.

- Sumarno, S., Gimin, G., Haryana, G., & Saryono, S. (2018). Desain pendidikan kewirausahaan mahasiswa berbasis technopreneurship. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 6(2), 171–186.
- UNESCO. (2015). *Global citizenship education: Topics and learning objectives*. UNESCO.
- UNESCO. (2020). *Manual for developing intercultural competencies: Story circles*. UNESCO.
- Ulya, C. (2023). Peningkatan kompetensi wirausaha literasi mahasiswa melalui penerapan edu-technopreneurship. *Indonesian Language Education and Literature*.