



Efektifitas Pendekatan Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Andragogi terhadap Motivasi dan Kreativitas Siswa Sekolah Dasar

Wiwin Nur Istiqomah*
Nurul Awaliyah Mukhlis
Nasihkol Haromain
Siti Lailiyah

Program Studi PGMI, Pasca Sarjana, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya,
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya, Jawa Timur 60213, Indonesia.

*Penulis korespondensi, E-mail: wiwinnur237@gmail.com

Paper received: 12-4-2023; revised: 30-4-2023; accepted: 30-5-2023

Abstract

This article informs the effectiveness of andragogy-based entrepreneurship learning on the motivation and creativity of unggulan Boarding School Roudhotul Ulum Pilang Sidoarjo elementary school students, East Java. The type of research in this article is a *quasy experimental* with a *pretest-posttest control design*. The research subjects were taken from class V, which consisted of 31 students divided into 2 groups, namely 16 students in the experimental group and 15 students in the control group. Analysis of the data used using descriptive analysis and parametric analysis. The results of the analysis test showed an increase in motivation and creativity scores for the experimental class. Even multivariate analysis found a relationship between learning entrepreneurship andragogy approach and motivation of 40.154 and creativity of 41.246 with a value less than 0.05. In this case, there are differences in motivation and creativity in andragogy-based entrepreneurship learning compared to conventional learning models. So, it can be concluded that learning entrepreneurship with the andragogy approach is effectively used to increase the motivation and creativity of elementary school students.

Keywords: entrepreneurship; andragogy approach; motivation; creativity; elementary school

Abstrak

Artikel ini menginformasikan efektivitas pembelajaran kewirausahaan berbasis andragogi terhadap motivasi dan kreativitas siswa sekolah dasar Unggulan *Boarding School Roudhotul Ulum Pilang Sidoarjo* Jawa Timur. Jenis penelitian dalam artikel ini adalah *quasy experimental* dengan *pretest-posttest control design*. Subjek penelitian diambil dari kelas V yang berjumlah 31 siswa yang terbagi dalam 2 kelompok, yaitu 16 siswa kelompok eksperimen dan 15 siswa kelompok kontrol. Analisis data yang digunakan menggunakan analisis deskriptif dan analisis parametrik. Hasil uji analisis ada peningkatan skor motivasi dan kreativitas untuk kelas eksperimen. Bahkan analisis multivariat menemukan hubungan antara pembelajaran kewirausahaan pendekatan andragogi dan motivasi sebesar 40,154 dan kreativitas sebesar 41,246 dengan nilai kurang dari 0,05. Dalam hal ini ada perbedaan motivasi dan kreativitas pembelajaran kewirausahaan berbasis andragogi dibanding dengan model pembelajaran konvensional sehingga dapat disimpulkan, bahwa pembelajaran kewirausahaan dengan pendekatan andragogi efektif digunakan untuk meningkatkan motivasi dan kreativitas siswa sekolah dasar.

Kata kunci: kewirausahaan; pendekatan andragogi; motivasi; kreativitas; sekolah dasar

PENDAHULUAN

Kewirausahaan memiliki peran penting untuk pembangunan ekonomi suatu negara. Karena dapat memberikan kontribusi dalam peningkatan ekonomi daerah maupun nasional (Bakar, dkk., 2015). Perekonomian negara maju semakin lebih baik dan negara berkembang menghadapi potensi ekonomi baru. Apalagi saat ini menghadapi gelombang ekonomi keempat yang disebut dengan Ekonomi Kreatif yakni ekonomi berdasarkan ide atau gagasan kreatif dan inovatif. Ekonomi kreatif ini menjadi perhatian di Indonesia (Badrudin & Siregar, 2018). Sebagaimana lima tahun terakhir ini lebih dari 70 % para pemuda Indonesia menciptakan pekerjaan kreatif dan perusahaan sosial yang layak (Moffatt, 2020).

Fenomena ini dapat dimanfaatkan sebagai peluang pendidikan untuk mengembangkan kegiatan kewirausahaan pada kurikulum sekolah. Sebagaimana pendidikan kewirausahaan menekankan pengembangan keterampilan dan pola pikir peserta didik untuk dapat mengubah ide-ide kreatif menjadi tindakan kewirausahaan (Commission/EACEA/Eurydice, 2016). Banyak negara di dunia ingin menggunakan pendidikan kewirausahaan sebagai media untuk menanamkan jiwa kewirausahaan di setiap kalangan individu serta sebagai metode untuk mengurangi permasalahan kemiskinan (Bakar dkk., 2015). Sehingga pendidikan kewirausahaan menjadi penting dilaksanakan karena dapat melatih anak untuk memiliki sikap mandiri, kreatif, pantang menyerah yang kemudian diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Maka persiapan pendidikan adalah menciptakan sumber daya manusia yang mampu menghadapi tantangan dunia internasional. Diantaranya pembelajaran yang menuju jiwa entrepreneurship yaitu pemberani dan berjiwa kreatif dalam memutuskan berbagai masalah kehidupan. Pembelajaran kewirausahaan adalah belajar mempraktekkan prinsip-prinsip dalam membentuk etika kecakapan hidup (*life skill*), seperti memberikan contoh cara kerja yang mandiri, praktis, menghasilkan produk yang kreatif dan inovatif. Oleh karena itu pendidik hendaknya menyiapkan beberapa strategi dalam menanamkan nilai-nilai pembelajaran kewirausahaan. Strategi tersebut antara lain; 1) dengan cara modelling (bercerita), 2) observasi (mengamati suatu objek), 3) karya wisata (mengunjungi tempat-tempat hiburan/rekreasi, tempat belanja dan tempat produksi barang. dan 4) market day (bazar/pameran) (Rachmadyanti & Wicaksono, 2017). Namun pada penelitian ini kegiatan yang dilakukan adalah dengan "*Market Day*". Kegiatan ini dapat dikatakan unik karena dilaksanakan oleh siswa sekolah dasar yang belum memiliki tujuan untuk bekerja maupun berwirausaha, namun kegiatan ini hanya sebatas bertujuan untuk memberikan bekal akan nilai-nilai kewirausahaan pada siswa sekolah dasar. Nilai-nilai kewirausahaan tersebut diantaranya yaitu tidak bergantung kepada orang lain, Kreatif, berani mengambil sikap, memiliki jiwa pemimpin, sungguh-sungguh, jujur, disiplin, inovatif, bertanggung jawab, melakukan kerja sama, pantang menyerah, berprinsip, berpikir realistis, keinginan tahu besar, komunikatif, dan memiliki motivasi yang tinggi. (Afandi, 2021).

Untuk tercapainya pendidikan kewirausahaan di tingkat pendidikan dasar diperlukan pendekatan pembelajaran efektif. Pendekatan ini melalui Andragogi yang dapat mendorong pembelajaran mandiri (*self directed learning*) (Egizii, 2015). Dijelaskan *androgogy is core adult learning principles* (Holton, dkk., 2008). Andragogi diartikan sebagai pendekatan melalui prinsip orang dewasa. Andragogi sendiri berasal dari bahasa Yunani "*andra* dan *agogos*". *Andra* artinya orang dewasa dan *agogos* artinya membimbing. Menurut Knowles, seorang pakar ilmu pendidikan orang dewasa. Andragogi sebaiknya menggantikan pedagogi. Dengan istilah pendidikan anak-anak

maupun orang dewasa, akan tetapi Knowles lebih mempertimbangkan tentang kontinuitas perkembangan manusia yang berjudul “*From Pedagogy to Andragogy*” menuju “*Pedagogy Versus Andragogy*” yang menunjukkan hasil dikotomi antara pendidikan anak-anak dengan orang dewasa. Dari pernyataan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa andragogi dapat diterapkan untuk orang dewasa maupun anak-anak. Sedangkan model atau teknik pembelajaran andragogi yang banyak diterapkan pada siswa sekolah dasar diantaranya yaitu; tehnik metafora (*amthal*), diskusi (*hiwar*), *reward and punishment* (targhib wa tarhib), metode latihan dan praktek, *student centered* (peserta didik aktif dalam pembelajaran), *study group* (teknik belajar kelompok) dan lain-lain (Rosidin, 2013).

Sejalan dengan itu, Harlock menyatakan bahwa seseorang dikatakan dewasa, manakala ketika orang tersebut berusia 21 thn lebih, ini dikenal dengan masa awal dewasa dan banyak diantaranya juga dihitung dari sejak umur 7 atau 8 tahun, dimana pada tahap ini anak-anak telah mencapai kematangan fisik atau masa pubertas (Hiryanto, 22:2017). Berdasarkan hal tersebut. Maka, pada penelitian ini, peneliti mengambil penelitian siswa sekolah dasar kelas tinggi pada kegiatan market day. Market day adalah sebuah bazar atau pasar atau pameran yang dilakukan oleh seluruh pihak sekolah, dimana siswa yang bertugas membuat dan menjual hasil karya atau buatan prodak anak-anak. Kegiatan ini biasanya diorganisasikan dalam bentuk kelompok dimana mereka harus menciptakan ide untuk membuat produk yang kemudian mereka jual atau tawarkan ke pihak konsumsi. Yang bertugas sebagai konsumsi adalah siswa kelas rendah (kelas 1,2 dan 3) atau sekolah bisa mengundang wali murid untuk berpartisipasi dalam acara market day. Sedangkan peran guru tidak lagi sebagai mentransfer pengetahuan, tetapi sebagai fasilitator (Sirbu, 2020).

Kegiatan ini bertujuan agar semua siswa dapat berpartisipasi aktif dalam kegiatan belajar berwirausaha, oleh karena itu diperlukan motivasi yang kuat dalam melaksanakan kegiatan market day. Motivasi berwirausahaan adalah penghubung penting antara niat dan tindakan (Solesvik, 2013). Motivasi menjadi perhatian utama dalam membangkitkan minat untuk memulai bisnis (Buana, dkk., 2017) serta salah satu faktor penyebab keberhasilan seseorang berwirausaha (Singh & Rahman, 2013). Dengan motivasi seseorang akan belajar dengan sungguh-sungguh. Hasil yang baik akan diperoleh jika kita memiliki motivasi yang tinggi (Anggraeni, 2011). Dalam hal ini motivasi merupakan sebuah *inner state* yaitu suatu perasaan dimana ada keinginan yang kuat untuk bertindak dan berperilaku demi tercapainya tujuan. Motivasi kewirausahaan erat kaitannya dengan *push* (dorongan) dan *pull* (tarikan). Dijelaskan *push* dipandang seseorang sebagai dorongan kewirausahaan yang diikuti oleh perasaan eksternal negatif, seperti hasil yang tidak memuaskan, mencari pekerjaan yang tidak mudah, dan gaji yang sedikit. Sedangkan *pull* dipandang seseorang tertarik ke dalam kewirausahaan karena aktivitas mencari kemandirian, kaya akan pengalaman, dan hasil kepuasan maksimal (Segal, dkk., 2005).

Selain faktor motivasi, mereka mengimplementasikan program kewirausahaan untuk mendapatkan kepercayaan diri, menjadi proaktif, kreatif dan belajar bagaimana bekerja dalam tim (Oosterbeek, dkk., 2010). Dalam hal ini kreativitas menjadi faktor penting berwirausaha karena semangat kewirausahaan yang dinamis dan mendorong perubahan dikaitkan dengan kemampuan individu wirausaha. Kreativitas sangat diperlukan untuk menangkap peluang bisnis untuk penemuan kreatif dari sesuatu yang baru (Puhakka, 2012). Kebaruan dan kesesuaian yang kreatif sering kali diartikan sebagai *output* dari buah berpikir, perubahan baru dan penyesuaian atau meningkatkan inovasi yang ada (Berglund & Wennberg, 2006). Sejalan dengan temuan usaha kreatif dan sosial yang sedang berkembang pesat seperti bisnis *game* & desain aplikasi, arsitektur,

desain interior, desain komunikasi visual, desain industri/produk, fashion, film, kartun & video, fotografi, kerajinan, kuliner, musik, pers dan publikasi, iklan, seni pertunjukan, seni, televisi dan radio (Moffatt, 2020). Oleh karena itu, sangat diperlukan seseorang tumbuh dan berkembang dengan kreatifitasnya untuk dapat memecahkan masalah kehidupan nyata (Rahman dkk., 2015).

Dalam hal ini motivasi dan kreativitas merupakan bagian inti kompetensi kewirausahaan yang erat untuk pembinaan kewirausahaan, peningkatan kinerja dan pencapaian pembangunan berkelanjutan (Barroso-Tanoira, 2017). Mengingat kemajuan dunia dari hari kehari, dari waktu ke waktu semakin berkembang dan masing-masing peserta didik punya potensi kemampuan kreatif untuk meraih kesuksesan (Rudyanto, 2016). Sejalan dengan temuan penelitian terhadap “Wirausaha sejak dini dengan pengenalan kewirausahaan di sekolah dasar”, dimana anak anak mampu menumbuhkan ide-ide kreativitas dengan pengenalan berbagai prodak yang bisa dijadikan sesuatu yang memiliki nilai harga jual dipasaran (Maolida, dkk., 2022). Selain itu, dalam penelitian “Pendidikan kewirausahaan melalui muatan lokal pada sekolah” telah ditemukan bahwa penerapan kewirausahaan mampu menumbuhkan jiwa kewirausahaan, kemandirian, kerjasama tim dan motivasi (Khairani, dkk., 2020). Sebagian besar sistem pendidikan di dunia juga telah mengakui pentingnya menerapkan aspek kreativitas, motivasi, dan kewirausahaan dalam proses belajar mengajar. Menanamkan kewirausahaan dan inovasi dalam lingkungan belajar membutuhkan model, kerangka kerja, dan paradigma baru (Rahman dkk., 2015).

Pendekatan andragogi menjadi salah satu pendekatan yang dipilih untuk menerapkan kewirausahaan. Pendekatan ini sangat dibutuhkan karena berpusat pada peserta didik, membuat lingkungan belajar yang unik dan efisien sehingga kreativitas tampak dikelas serta siap berkompetisi dengan lainnya (Chang, 2010). Dalam penelitian sebelumnya, melalui pendekatan andragogi di lembaga mitra binaan *Shafira foundation* mengalami perubahan perilaku berwirausaha yakni peningkatan pengetahuan, kepercayaan diri, motivasi dan penghasilan mitra binaan (Hamdan, 2016). Bahkan juga pelaksanaan prinsip andragogi dalam kegiatan proses belajar dalam membentuk prilaku wirausahaan pada Lembaga kursus dan Pelatihan *Buana Bordir Course* yang menunjukkan banyaknya alumni menjadi wirausahawan yang sukses (Rosyanafi, 2013). Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini ingin mengkaji efektivitas model pembelajaran kewirausahaan dengan pendekatan Andragogi terhadap motivasi dan kreativitas siswa di sekolah dasar tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan memakai rancangan *quasy experimental design* desain *pretest-posttest control group*. Sampel pada penelitian ini adalah kelas V yang terbagi menjadi 16 siswa sebagai kelompok eksperimen yang mendapat perlakuan pembelajaran kewirausahaan berbasis andragogi dan 15 siswa sebagai kelompok kontrol yang mendapat perlakuan pembelajaran konvensional. Variabel penelitian ini adalah model pembelajaran kewirausahaan dengan pendekatan Andragogi (X) sebagai variabel independen, motivasi (Y_1) dan kreativitas (Y_2) sebagai variabel dependen yang ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Pretest-Posttest Control Design

Kelompok	Pretest	Treatment	Posttest
Experiment	motivasi kreativitas	pembelajaran kewirausahaan berbasis andragogis	motivasi kreativitas
Control	motivasi kreativitas	-	motivasi kreativitas

Penelitian ini dilakukan di SD Unggulan *Boarding School* Roudlotul Ulum Pilang Kota Sidoarjo Provinsi Jawa Timur. Perolehan data diambil dari data kuantitatif dengan membagikan angket kepada peserta didik melalui *google form*. Instrumen ini digunakan untuk mengukur pembelajaran kewirausahaan pendekatan andragogis, motivasi dan kreativitas siswa. Angket disusun berdasarkan hasil studi pustaka yang berdasarkan teori tersebut dan dikembangkan dimensi dan variabel indikatornya sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Indikator variabel

Variabel	Aspek	Indikator
Pendekatan pembelajaran kewirausahaan berbasis andragogi	Kebutuhan siswa untuk tahu	Siswa dapat mengetahui mengapa mereka perlu mempelajari kewirausahaan dan tujuan pembelajaran kewirausahaan perlu didirikan
	Konsep diri siswa	Siswa dapat menentukan arah diri sendiri dengan mandiri
	Pentingnya belajar bagi dirinya	Siswa sebagai sumber belajar
	Sendiri	Siswa mampu memutuskan apa yang akan dipelajari berdasarkan kebutuhannya dan dapat mengatasi situasi kehidupan atau melakukan suatu tugas
	Orientasi pembelajaran	Siswa belajar berpusat pada kontekstual atau berpusat pada penyelesaian masalah dalam kehidupan sehari-hari
	Motivasi belajar	Siswa mampu menyelesaikan tugas yang diberikan tanpa ada hal lain seperti hadiah dan hukuman (sanksi)
Motivasi	Kontrol perilaku (keyakinan efikasi diri)	Menjadi bos bagi diri saya sendiri, mewujudkan mimpiku, meningkatkan prestasi dan status, kebebasan pribadi, lingkungan ekonomi yang baik, menantang diri sendiri
	Norma subyektif (toleransi terhadap risiko)	Untuk menggunakan keterampilan yang dipelajari di sekolah, budaya keluarga wirausaha, menginvestasikan tabungan pribadi, menjaga keluarga
	Sikap terhadap wirausaha	Untuk memberikan keamanan kerja, menyediakan lapangan pekerjaan, memanfaatkan bakat kreatif, peluang di pasar
Kreativitas	Berpikir fleksibel	Mengekspresikan berbagai ide dalam kewirausahaan
	Berpikir original	Menemukan berbagai kombinasi baru dalam mengolah kewirausahaan
	Berpikir elaboratif	Menyampaikan langkah-langkah kerja dalam mengolah kewirausahaan
	Berpikir evaluatif	Menilai kelebihan dan kekurangan produk yang dibuat
	Rasa ingin tahu	Ingin menemukan cara untuk memanfaatkan kewirausahaan
	Berpikir imajinatif	Memikirkan cara-cara baru yang belum pernah dibuat sebelumnya
	Perasaan tantangan	Menyukai tantangan dan kesulitan

Berdasarkan indikator tersebut, item instrumen dibuat dalam bentuk pernyataan. Kemudian, melakukan uji coba empiris untuk mengukur validitas dan reliabilitas instrumen. Pengujian instrumen dilakukan pada 31 siswa kelas V Sekolah Dasar Desa Pilang Kabupaten Sidoarjo. Jenis

item yang digunakan model *skala likert* (5 = selalu, 4 = sering, 3 = kadang-kadang, 2 = jarang, 1 = tidak pernah). Berdasarkan uji empiris terhadap instrumen kewirausahaan berbasis andragogi diperoleh 21 item yang valid dan 2 item yang tidak valid karena nilai *reobserved* <0,4. Hasil item yang tidak valid tidak digunakan dalam penelitian. Uji reliabilitas diukur menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sehingga diperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,97. Sedangkan uji empiris terhadap instrumen motivasi diperoleh 14 item yang valid dengan skor dimulai 0,83 sampai 0,93. Hasil uji reliabilitas mendapat nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,98. Uji empiris terhadap instrumen kreativitas juga diperoleh 18 item yang valid dengan skor dimulai 0,81 sampai 0,96. Uji reliabilitasnya diperoleh dari nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,98. Maka, instrumen kewirausahaan berbasis andragogis, motivasi dan kreativitas dapat disimpulkan valid dan reliabel.

Langkah selanjutnya, melakukan uji asumsi yaitu uji normalitas dan homogenitas dengan tujuan untuk mengetahui data normal dan homogen. Setelah data dideklarasikan normal dan homogen, peneliti melakukan uji statistik deskriptif. Hal ini dilakukan agar data yang dihasilkan mampu memberikan gambaran secara riil dari karakteristik responden dan variabel penelitian melalui nilai mean, median, mode dan presentase analitis siswa pada kelas eksperimen dan kelas kontrol. selanjutnya menguji penelitian hipotesis dengan uji statistik parametrik yaitu, analisis *Multivariate Analysis of Variance* (MANOVA). Uji MANOVA dapat menginformasikan apakah setiap faktor (*independent*) mempengaruhi grup variabel dependen sehingga, peneliti bisa mendapatkan nilai signifikansi efektivitas model pembelajaran kewirausahaan pendekatan Andragogi terhadap motivasi dan kreativitas siswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembelajaran kewirausahaan berbasis andragogi di SD Roudlotul Ulum Pilang Sidoarjo dilaksanakan dengan mengadakan program “*Market Day*” atau hari bazar yang dilakukan tiap hari jum’at yang ditunjukkan pada Gambar 1. *Market day* adalah salah satu bentuk strategi dalam kewirausahaan yang, menyajikan beberapa makanan atau barang yang siap dijual. Dalam hal ini siswa diminta untuk membawa item makanan dari rumah kemudian makanan tersebut dijual disekolah, sedang pembelinya adalah teman-temannya atau guru-guru yang tertarik membeli dagangan mereka. Sebagai penjual, secara tidak langsung siswa akan melakukan kegiatan seperti membungkus barang dagangan yang telah dibeli, menghitung besarnya uang pada barang yang dibeli, dan kemudian menyerahkan uang kembaliannya. Pendekatan andragogi pada kegiatan *market day*, siswa secara tidak langsung akan melakukan jenis pekerjaan seperti yang dilakukan orang dewasa yaitu “berjualan” dimana sebelum pelaksanaannya telah ada kerjasama atau kerja kelompok, dan diskusi bersama terkait wirausaha yang akan dipraktekkan.

Kegiatan *market day* membuat anak anak sangat antusias, termotivasi untuk melakukan wirausaha, karena diusia mereka yang masih duduk di bangku sekolah dasar mereka akan melakukan kegiatan seperti orang dewasa. Selain motivasi tinggi diperlukan juga kreativitas berwirausaha. “Bagaimana cara menarik minat pembeli untuk membeli barang dagangannya” oleh karena itu, siswa kelas V membuat poster ajakan dengan harapan orang yang membaca akan tertarik untuk membeli. Berdasarkan hasil analisis karakter motivasi dan kreativitas yang dilakukan sebelum dan sesudah diberikan perlakuan pembelajaran kewirausahaan berbasis andragogi, diperoleh peningkatan rata-rata pada kelas eksperimen. Secara rinci, hasil deskriptif dan analisis data disajikan pada Tabel 3.



Gambar 1. Program Kewirausahaan "Market Day" di SD Roudhotul Ulum

Tabel 3. Hasil Analisis *Pre-test* dan *Post Test*

Variabel	Grup	Pre-test			Post-test		
		Mean	Median	Mode	Mean	Median	Mode
Motivasi	Eksperimen	53.69	54	53	64.69	64.50	64
	Control	52.00	52	52	58.40	59	53
Kreativitas	Eksperimen	73.69	74	69	83.69	84	84
	Control	72.73	72	69	77.00	77	78

Data hasil angket motivasi dan kreativitas juga diolah melalui uji asumsi yakni uji normalitas dan uji homogenitas. Dalam uji normalitas ditunjukkan pada Tabel 4. bahwa semua data hasil motivasi dan kreativitas menunjukkan data normal. Menurut data *Shapiro-Wilk* pada *P-value*, semua pengujian yang dilakukan, data lebih besar dari nilai yang diasumsikan ($P > 0,05$). Sedangkan uji homogenitas dapat diperoleh melalui *Levene's Test of Equality* dan *Box's Test of Equality of Covariance*. Dari kedua tes tersebut menginformasikan hasil yang sama yakni menunjukkan data yang homogen karena skor signifikansi lebih besar dari 0,05. Sebagaimana melalui *Levene's Test of Equality* data motivasi memperoleh skor signifikansi 0,237 dan kreativitas memperoleh skor signifikansi 0,259. Ditunjukkan pula melalui *Box's Test of Equality of Covariance* bahwa skor $F = 0,664$ dengan signifikansi = 0,574. Maka menunjukkan data penelitian tersebut berasal dari populasi yang homogen.

Tabel 4. Hasil Data Uji Normalitas

Variabel	Grup	Tipe Test	Shapiro-Wilk			Asumsi	Keterangan
			Statistic	df	p-value		
Motivasi	Eksperimen	Pre-test	0.952	16	0.517	$P > 0.05$	Normal
		Post-test	0.960	16	0.654	$P > 0.05$	Normal
	Control	Pre-test	0.928	15	0.255	$P > 0.05$	Normal
		Post-test	0.951	15	0.545	$P > 0.05$	Normal
Kreativitas	Eksperimen	Pre-test	0.930	16	0.245	$P > 0.05$	Normal
		Post-test	0.956	16	0.582	$P > 0.05$	Normal
	Control	Pre-test	0.911	15	0.141	$P > 0.05$	Normal
		Post-test	0.947	15	0.474	$P > 0.05$	Normal

Dalam hal ini uji Asumsi terhadap MANOVA telah terpenuhi, dikarenakan data penelitian tersebut memiliki distribusi normal dan homogenitas. Kemudian, dapat dilakukan pengujian hipotesis melalui prosedur analisis MANOVA. Hasil uji MANOVA diinformasikan pada Tabel 5 dan 6. Dapat kita lihat Tabel 5 melalui *effect Hotelling's Trace* bahwa skor *F* sebesar 2,33 dengan signifikan 0,000. Hal ini menginformasikan terdapat perbedaan signifikan motivasi dan kreativitas siswa yang berasal dari kelompok dalam pembelajaran kewirausahaan pendekatan Andragogi dengan kelompok lain dalam pembelajaran berbasis konvensional.

Tabel 5. Hasil Analisis Multivariat Pada Kelompok

<i>Multivariate Test</i>					
<i>Effect</i>	<i>Value</i>	<i>F</i>	<i>Hypothesis df</i>	<i>Error df</i>	<i>Sig.</i>
Pillai's Trace	0.700	32.626	2.000	28.000	0.000
Wilks' Lambda	0.300	32.626	2.000	28.000	0.000
Hotelling's Trace	2.330	32.626	2.000	28.000	0.000
Roy's Largest Root	2.330	32.626	2.000	28.000	0.000

Melalui Tabel 6 dapat melihat pengaruh univariate ANOVA untuk setiap faktor terhadap variabel dependen. *Test of between subject effects* menunjukkan bahwa skor *F test* untuk hubungan antara pembelajaran kewirausahaan pendekatan Andragogi dan motivasi sebesar 40,154 dan signifikan kurang dari 0,05. Artinya terdapat perbedaan motivasi dengan kelompok siswa dalam pembelajaran kewirausahaan pendekatan Andragogi dan kelompok siswa lain dalam pembelajaran konvensional. Ditunjukkan pula bahwa skor *F* kreativitas sebesar 41,246 dan signifikan kurang dari 0,05 yang menunjukkan terdapat perbedaan kreativitas dengan kelompok siswa dalam pembelajaran kewirausahaan pendekatan Andragogi dan kelompok siswa lain dalam pembelajaran konvensional.

Tabel 6. Hasil Analisis Test of Between-Subjects Effect Pada Kelompok

<i>Tests of Between-Subjects Effects</i>							
<i>Source</i>	<i>Dependen Variable</i>	<i>Type III Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>	<i>Partial Eta Squared</i>
<i>main effect</i>	Motivasi	306.059274	1	306.059	40.15481	0.000	0.581
	Kreativitas	346.239919	1	346.240	41.24655	0.000	0.587
Error	Motivasi	221.0375	29	7.622			
	Kreativitas	243.4375	29	8.394			
Total	Motivasi	118331	31				
	Kreativitas	201236	31				
<i>Corrected Total</i>	Motivasi	527.096774	30				
	Kreativitas	589.677419	30				

Penelitian ini bertujuan untuk menguji efektivitas pembelajaran kewirausahaan berbasis andragogi terhadap motivasi dan kreativitas siswa kelas tinggi. Berdasarkan kegiatan wirausaha *market day* yang dibelajarkan setiap hari jum'at oleh guru seperti yang ada pada kurikulum SD Roudlotul Ulum. Analisis multivariat menemukan ada perbedaan motivasi dan kreativitas siswa SD yang melaksanakan kegiatan kewirausahaan berbasis andragogi dengan model belajar konvensional. Bahkan ada peningkatan rata-rata skor motivasi dan kreativitas pada kelas eksperimen. Ini membuktikan bahwa pembelajaran kewirausahaan berbasis andragogi efektif dalam mengembangkan motivasi dan kreativitas siswa.

Partisipasi para siswa dalam mengikuti kegiatan kewirausahaan berbasis andragogi lebih mendorong mereka untuk bisa mengarahkan diri sendiri dalam memulai usaha, berani memutuskan apa yang akan dibutuhkan dan menyelesaikan tugas yang diberikan tanpa ada dukungan hadiah ataupun hukuman Mereka juga didorong dapat membuat perencanaan yakni menentukan harga, barang yang dijual, berdiskusi dengan guru, keluarga dan teman, membuat daftar list serta menyiapkan alat atau bahan yang dibutuhkan. Bahkan mereka juga dapat menunjukkan keaktifan dan keterampilannya dalam kegiatan *market day*.

Pengalaman berwirausaha seperti ikut berpartisipasi dalam kegiatan *market day* berarti telah belajar bekerja dengan menciptakan lapangan pekerjaan sendiri. Siswa lebih mandiri dan dapat belajar mempertimbangkan apa yang harus dijual. Tak hanya itu siswa juga diarahkan berpikir kreatif dalam menjual barang dagangannya agar cepat laku. Guru dalam hal ini bisa mengarahkan siswa dengan menyuruh siswa membuat poster ajakan dengan tujuan agar orang membaca tertarik untuk membeli. Dengan demikian siswa akan terbiasa memberdayakan dan mengasah kemampuan berpikir kreatif, mengikuti kegiatan dengan sungguh-sungguh, pantang menyerah, dan terus mencoba.

Faktor yang dapat ditunjukkan para siswa dalam praktik pembelajaran kewirausahaan adalah adanya motivasi. Faktor yang paling mempengaruhi motivasi berwirausaha adalah harapan, kebutuhan intrinsik dan persiapan serta pelatihan (Rivero & Ubierna, 2021). Jelasnya (Malebana, 2014) bahwa motivasi utama untuk memulai bisnis karena kebutuhan untuk mandiri (bos sendiri), kebutuhan akan tantangan, kebutuhan untuk memanfaatkan bakat kreatif seseorang, diikuti oleh kebutuhan untuk memperoleh banyak uang, keinginan untuk memiliki pekerjaan yang pasti, kebutuhan untuk mengikuti panutan dan peluang pasar. Bagian-bagian kebutuhan tersebut relevan dapat mempengaruhi niat siswa maupun masa depan untuk menjadi wirausaha (Murad, dkk., 2019). Meskipun dalam penelitian Indriyani yang menyatakan bahwa motivasi berwirausaha kurang berpengaruh terhadap pendidikan tentang niat berwirausaha (Indriyani, 2017).

Salah satu kemampuan yang ditunjukkan pada siswa dalam pembelajaran kewirausahaan berbasis andragogi adalah kreativitas. Sebagaimana dikatakan pembelajaran kewirausahaan merupakan kegiatan kreatif karena sebagai proses penciptaan nilai terobosan oleh wirausahawan yang mencirikan kecerdasan inovatif (Shi, dkk., 2020). Dalam penelitian sebelumnya, kreativitas siswa dapat dipengaruhi oleh kecerdasan emosional dan dapat mempengaruhi intensi berwirausaha (Dina, dkk., 2020). Bahkan, kreativitas juga sebagai faktor yang berharga dimiliki oleh individu untuk dapat merangsang perkembangan niat kewirausahaan (Jiatong dkk., 2021).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis uji MANOVA diperoleh skor F sebesar 2,33 dengan signifikan 0,000, artinya terdapat perbedaan signifikan motivasi dan kreativitas siswa yang berasal dari kelompok dalam pembelajaran kewirausahaan pendekatan Andragogi dengan kelompok lain dalam pembelajaran berbasis konvensional. Sedangkan untuk melihat pengaruh univariate ANOVA untuk setiap faktor terhadap variabel dependen, diperoleh skor *F test* untuk hubungan antara pembelajaran kewirausahaan pendekatan Andragogi terhadap motivasi sebesar 40,154 dan kreativitas sebesar 41,246 signifikan kurang dari 0,05, artinya terdapat perbedaan motivasi dan kreativitas dengan kelompok siswa dalam pembelajaran kewirausahaan pendekatan Andragogi dan

kelompok siswa lain dalam pembelajaran konvensional. Dengan demikian Pendekatan pembelajaran kewirausahaan berbasis andragogi efektif dan berpengaruh signifikan terhadap motivasi dan kreatifitas siswa disekolah dasar.

Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan, peneliti berharap dapat memberikan kontribusi dengan menjadi referensi dalam menunjang perkembangan ilmu pengetahuan yang saat ini berkembang dengan pesat, khususnya pada bidang kewirausahaan di tingkat sekolah dasar. Namun, penelitian memiliki keterbatasan pada variabel karena variabel yang diuji hanya pada motivasi dan kreativitas siswa. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menguji efektivitas pembelajaran kewirausahaan berbasis andragogi di lain variabel.

RUJUKAN

- Afandi, M. (2021). Implementasi Pendidikan Kewirausahaan (Entrepreneurship) di Sekolah Dasar/Madrasah Ibtidaiyah. *AR-RIAYAH: Jurnal Pendidikan Dasar*, 5(1), 51. <https://doi.org/10.29240/jpd.v5i1.2671>
- Anggraeni, I. (2011). Motivasi Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Berpengaruh: Sebuah Kajian Pada Interaksi Pembelajaran Mahasiswa. *Premiere Educandum: Jurnal Pendidikan Dasar Dan Pembelajaran*, (1), 100–109. <https://doi.org/http://doi.org/10.25273/pe.v1i02.39>
- Badrudin, R., & Siregar, B. (2018). Creative Economy Development Based on Triple Helix in Indonesia. *Theoretical and Practical Research in Economic Fields*, 9(1 (17)), 82–92. [https://doi.org/10.14505/tpref.v9.1\(17\).09](https://doi.org/10.14505/tpref.v9.1(17).09)
- Bakar, R., Islam, M. A., & Lee, J. (2015). Entrepreneurship education: Experiences in selected countries. *International Education Studies*, 8(1), 88–99. <https://doi.org/10.5539/ies.v8n1p88>
- Barroso-Tanoira, F. G. (2017). Motivation for increasing creativity, innovation and entrepreneurship. An experience from the classroom to business firms. *Journal of Innovation Management*, 5(3), 55–74. https://doi.org/10.24840/2183-0606_005.003_0005
- Berglund, H., & Wennberg, K. (2006). Creativity among entrepreneurship students: Comparing engineering and business education. *International Journal of Continuing Engineering Education and Life-Long Learning*, 16(5), 366–379. <https://doi.org/10.1504/IJCEELL.2006.010959>
- Buana, Y., Hidayat, D., Prayogi, B., & Vendy, V. (2017). The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention of University Students by Adopting Linan Model. *Binus Business Review*, 8(1), 67. <https://doi.org/10.21512/bbr.v8i1.1958>
- Chang, S. (2010). Applications of Andragogy in Multi-Disciplined Teaching and Learning. *Journal of Adult Education*, 39(4), 312–324.
- Commission/EACEA/Eurydice, E. (2016). *Entrepreneurship Education in Europe at School*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Dina, A. F. A., Agus, H., & Ely, S. (2020). The Effect Of Spiritual Intelligence And Emotional Intelligence Through Creativity On Entrepreneurial Intention. *RJOAS: Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 11(November), 206–212.
- Egizii, R. (2015). Self-directed Learning, Andragogy and the Role of Alumni as Members of Professional Learning Communities in the Post-secondary Environment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 174(February), 1740–1749. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.832>
- Hamdan, A. (2016). *Pendampingan Dengan Pendekatan Andragogi Dalam*. (September 2013), 65–72.
- HiryantoHiryanto. (2017). - 65 Hiryanto. *Dinamika Pendidikan*, 22, 65–71. (2017). - 65 Hiryanto. *Dinamika Pendidikan*, 22, 65–71.
- Holton, E. F., Swanson, R. A., & Naquin, S. S. (2008). Andragogy in Practice: Clarifying the

- Andragogical Model of Adult Learning. *Performance Improvement Quarterly*, 14(1), 118–143. <https://doi.org/10.1111/j.1937-8327.2001.tb00204.x>
- Indriyani, R. (2017). Pengaruh Entrepreneurship Education Terhadap Entrepreneurial Intention Melalui Entrepreneurial Motivation Sebagai Mediasi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Surabaya. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 10(1), 26–46. <https://doi.org/10.26740/bisma.v10n1.p26-46>
- Jiatong, W., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M. S., Mirza, F., & Rafiq, M. (2021). Impact of Entrepreneurial Education, Mindset, and Creativity on Entrepreneurial Intention: Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy. *Frontiers in Psychology*, 12(August). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.724440>
- Khairani, Ridha, U., & Amni, K. (2020). Pendidikan Kewirausahaan Melalui Muatan Lokal Pada Sekolah Dasar. *Journal Huriyah: Jurnal Evaluasi Dan Penelitian Pendidikan*, 1(1), 14–21. Retrieved from <https://www.academicareview.com/index.php/jh/article/view/4>
- Malebana, M. J. (2014). Entrepreneurial Intentions and Entrepreneurial Motivation of South African Rural University Students. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 6(9), 709–726. <https://doi.org/10.22610/jeps.v6i9.531>
- Maolida, E. H., Salsabila, V. A., & Aprillia, T. (2022). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Sejak Dini Melalui Pengenalan Kewirausahaan Di Sekolah Dasar. *Journal of Empowerment*, 3(1), 124. <https://doi.org/10.35194/je.v3i1.2411>
- Moffatt, H. (2020). *Creative and Social Enterprise in Indonesia*. 83.
- Murad, M., Li, C., Javed, H., Firdousi, S. F., & Gill, S. A. (2019). Impact of Entrepreneurial Education, Motivation on Entrepreneurial Career Intention ; Mediated By Entrepreneurial Attitude 2. Literature Review. *Journal of Management Sciences and Business Research*, (10), 45–56. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3614725>
- Oosterbeek, H., van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442–454. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2009.08.002>
- Puhakka, V. (2012). Entrepreneurial Creativity as Discovery and Exploitation of Business Opportunities. *Entrepreneurship - Creativity and Innovative Business Models*, (February 2012), 2–24. <https://doi.org/10.5772/37326>
- Rachmadyanti, P., & Wicaksono, V. D. (2017). Pendidikan Kewirausahaan Bagi Anak Usia Sekolah Dasar. *Seminar Nasional Inovasi Pendidikan*, 200. Retrieved from <https://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/snip/article/download/8960/6521>
- Rahman, S., Yasin, R. M., Buang, N. A., Oganisjana, K., Fernate, A., & Koke, T. (2015). Using Problem-focused Approach to Nurture Creativity and Entrepreneurship among Students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 191, 2782–2786. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.628>
- Rivero, C. A. P., & Ubierna, F. (2021). The development of the entrepreneurial motivation from the university. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(3), 1313–1334. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00723-5>
- Rosidin. (2013). *Konsep Andragogi Dalam Al-Qur'an*. Malang: Litera Ulul Albab.
- Rosyanafi, R. J. (2013). Penerapan Prinsip Andragogi Dalam Pembelajaran Untuk Membentuk Sikap Kewirausahaan Di Lembaga Kursus Dan Pelatihan Buana Bordir Course. *J+Plus Unesa*, 1(1).
- Rudyanto, H. E. (2016). Pengembangan Kreativitas Siswa Sekolah Dasar Melalui Pembelajaran Matematika Open-Ended. *Premiere Educandum : Jurnal Pendidikan Dasar Dan Pembelajaran*, 3(02), 184–192. <https://doi.org/10.25273/pe.v3i02.275>
- Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11(1), 42–57. <https://doi.org/10.1108/13552550510580834>
- Shi, Y., Yuan, T., Bell, R., & Wang, J. (2020). Investigating the Relationship Between Creativity and Entrepreneurial Intention: The Moderating Role of Creativity in the Theory of Planned Behavior. *Frontiers in Psychology*, 11, 1209. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01209>

- Singh, R., & Rahman, H. (2013). *Management Entrepreneurial Motivation and its Relation to Level of Success*. (2004), 95–97.
- Sîrbu, A. (2020). Basic Andragogy-Oriented Strategies and Communication in Online Education. *International Conference Knowledge-Based Organization*, 26(2), 350–356. <https://doi.org/10.2478/kbo-2020-0103>
- Solesvik, M. Z. (2013). Entrepreneurial motivations and intentions: Investigating the role of education major. *Education and Training*, 55(3), 253–271. <https://doi.org/10.1108/00400911311309314>