



Mengembangkan Kompetensi Bisnis Mahasiswa Melalui Implementasi Langsung

Ananda Septia Azahra¹, Dialia Putrina Sepha², Nurli Septiani³, Rama Maulana Nurwahyudin⁴, Suci Hidayah⁵, Wustari L.Mangundjaya⁶

¹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jawa Barat, Indonesia, 202210515181@mhs.ubharajaya.ac.id

²Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jawa Barat, Indonesia, 202210515088@mhs.ubharajaya.ac.id

³Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jawa Barat, Indonesia, 202210515183@mhs.ubharajaya.ac.id

⁴Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jawa Barat, Indonesia, 202210515027@mhs.ubharajaya.ac.id

⁵Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jawa Barat, Indonesia, 202210515078@mhs.ubharajaya.ac.id

⁶Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jawa Barat, Indonesia, wustari.larasati@dsn.ubharajaya.ac.id

Corresponding Author: wustari.larasati@dsn.ubharajaya.ac.id⁶

Abstract: *This study investigates the development of entrepreneurial competencies among university students through direct involvement in entrepreneurship bazaars, applying an experiential learning approach. Conducted at Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, this qualitative descriptive research involved participant observation and semi-structured interviews during the student's business project. The research utilized thematic analysis to identify key competency developments, including communication, decision-making, operational management, promotion, and teamwork. The entrepreneurship bazaar provided students with authentic business challenges, enhancing their practical skills and entrepreneurial mindset. Despite operational obstacles such as stock shortages and service capacity limitations, students demonstrated adaptability and problem-solving capabilities, underscoring the effectiveness of experiential learning in entrepreneurship education. The findings support existing theories that emphasize the integration of hard and soft skills through practical experience, contributing to the entrepreneurial readiness of graduates. This research offers empirical insights for enhancing practice-based entrepreneurship curricula in higher education, fostering job creators who are resilient and adaptive to business dynamics, which enabling university as a place to conduct edupreneur to deliver young potentials entrepreneur.*

Keyword: *experiential learning, entrepreneurship education, student business project*

Abstrak: Penelitian ini mengkaji pengembangan kompetensi kewirausahaan mahasiswa melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan bazar kewirausahaan dengan pendekatan experiential learning. Penelitian kualitatif deskriptif ini dilaksanakan di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dengan melibatkan observasi partisipatif dan wawancara semi-terstruktur selama pelaksanaan proyek usaha mahasiswa. Analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi pengembangan kompetensi utama, meliputi komunikasi, pengambilan keputusan, manajemen operasional, promosi, dan kerja sama tim. Bazar kewirausahaan memberikan tantangan bisnis nyata yang mendorong penguatan keterampilan praktis dan

pembentukan pola pikir kewirausahaan mahasiswa. Meskipun menghadapi kendala operasional seperti keterbatasan stok dan tenaga pelayanan, mahasiswa mampu menunjukkan kemampuan adaptasi serta pemecahan masalah secara langsung, sehingga mempertegas efektivitas experiential learning dalam pendidikan kewirausahaan. Temuan penelitian ini mendukung teori-teori yang menekankan pentingnya integrasi baik *hard skill* dan *soft skill* melalui pengalaman praktik, sekaligus memberikan kontribusi empiris bagi penguatan kurikulum kewirausahaan berbasis praktik di perguruan tinggi, guna mencetak lulusan yang adaptif dan siap menghadapi dinamika dunia bisnis, dan menjadikan Perguruan Tinggi sebagai ajang untuk menjadi *edupreneur* dan menghasilkan calon-calon wirausaha muda yang potensial.

Kata Kunci: *experiential learning*, pendidikan kewirausahaan, proyek bisnis mahasiswa

PENDAHULUAN

Pendidikan tinggi saat ini tidak hanya dituntut untuk menghasilkan lulusan yang kompeten secara akademis, melainkan juga lulusan yang adaptif dan inovatif dalam menghadapi dinamika dunia kerja, yang tidak hanya sekedar menunggu dan mencari kerja saja tetapi juga menciptakan kerja sendiri atau dengan kata lain berwirausaha. Menurut Drucker (1993), kewirausahaan bukanlah semata kemampuan bawaan, tetapi dapat dikembangkan melalui pendidikan yang sistematis. Perguruan tinggi memiliki tanggung jawab strategis dalam mempersiapkan mahasiswa untuk mampu berwirausaha dengan cara menyediakan ruang belajar berbasis praktik. Dalam hal ini, implementasi langsung dalam bentuk *bazar* kewirausahaan merupakan salah satu pendekatan experiential learning yang efektif. Melalui praktik langsung ini, mahasiswa mengalami secara nyata tantangan bisnis, mengembangkan pemecahan masalah, serta memperluas jejaring sosial yang mendukung kompetensi bisnis mereka (Gibb, 2002).

Dalam konteks Indonesia, urgensi penguatan kompetensi kewirausahaan mahasiswa sangat relevan mengingat tingginya angka pengangguran terdidik. Data Badan Pusat Statistik Indonesia (2023) menunjukkan bahwa tingkat pengangguran terbuka untuk lulusan perguruan tinggi mencapai 5,79%, sebuah angka yang mencerminkan adanya kesenjangan antara dunia pendidikan dan kebutuhan dunia kerja. Oleh karena itu, pendekatan pembelajaran berbasis praktik bisnis secara langsung perlu dioptimalkan untuk meningkatkan *employability graduates*, sekaligus mempersiapkan mereka menjadi *job creator* (Utomo & Soetjipto, 2021). Kegiatan *bazar* kewirausahaan menjadi salah satu strategi yang banyak diadopsi oleh berbagai perguruan tinggi sebagai laboratorium nyata bagi mahasiswa untuk mengasah keterampilan bisnis mereka.

Penelitian sebelumnya juga menegaskan bahwa *experiential learning* mampu meningkatkan *self-efficacy*, kreativitas, dan ketahanan mental mahasiswa dalam menghadapi risiko bisnis (Rai et al., 2020). Teori *Experiential Learning* dari Kolb (1984) menegaskan bahwa pembelajaran efektif terjadi ketika mahasiswa mengalami secara langsung siklus pengalaman konkrit, refleksi, konseptualisasi abstrak, dan eksperimen aktif. Dalam konteks ini, *bazar* kewirausahaan menjadi wahana ideal untuk menerapkan siklus pembelajaran tersebut. Mahasiswa tidak sekedar memahami konsep bisnis secara teoritis, melainkan menginternalisasi keterampilan kewirausahaan secara utuh melalui interaksi nyata dengan pelanggan, pemasok, dan tantangan operasional harian.

Dalam perspektif pengembangan *soft skills*, kegiatan *bazar* kewirausahaan memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan keterampilan manajerial, komunikasi interpersonal, pengambilan keputusan, hingga leadership mahasiswa (Susanti et al., 2022). Hal ini selaras dengan kajian Adom et al. (2018) yang menyatakan bahwa pengembangan kewirausahaan mahasiswa berbasis praktik mampu mengintegrasikan *hard skills* dan *soft*

skills secara simultan. Kegiatan ini secara tidak langsung juga memperkuat *mindset* kewirausahaan, yakni keberanian mengambil risiko, berpikir kreatif, serta mampu beradaptasi dalam menghadapi dinamika pasar.

Beberapa studi di tingkat internasional menunjukkan bahwa integrasi praktik bisnis dalam kurikulum perguruan tinggi mampu menciptakan wirausahawan muda yang lebih siap bersaing. Hameed et al. (2021) dalam penelitiannya di Pakistan menyimpulkan bahwa program entrepreneurship project-based learning terbukti meningkatkan entrepreneurial intention mahasiswa secara signifikan. Demikian pula, penelitian Zhang & Zhang (2020) di Tiongkok menunjukkan adanya korelasi positif antara keterlibatan mahasiswa dalam praktik kewirausahaan kampus dengan peningkatan kompetensi inovasi bisnis. Kedua penelitian ini menegaskan bahwa pendekatan praktik langsung menjadi kunci dalam pengembangan *entrepreneurship education modern*. Selain itu pula, penelitian yang dilakukan oleh Mangundjaya dan Wicaksana (2023) menunjukkan bahwa pendidikan wirausaha (*edupreneur*) diperlukan di perguruan tinggi.

Di Indonesia, penguatan program kewirausahaan mahasiswa terus didorong melalui berbagai kebijakan strategis, seperti Program Kewirausahaan Mahasiswa Indonesia (PKMI) oleh Kemendikbudristek. Menurut Simatupang et al. (2023), program ini mendorong penguatan ekosistem kewirausahaan kampus berbasis kolaborasi antara perguruan tinggi, dunia usaha, dan industri. Dalam kerangka inilah kegiatan bazar kewirausahaan kampus seperti yang dilaksanakan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya menjadi relevan untuk dikaji secara empiris. Implementasi langsung melalui proyek usaha mahasiswa dengan kegiatan bazar memberikan gambaran konkret bagaimana pembelajaran kewirausahaan berjalan secara aplikatif di lapangan.

Berdasarkan uraian teoritik dan hasil penelitian terdahulu, maka kajian ini menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi bagi pengembangan model pembelajaran kewirausahaan berbasis praktik di perguruan tinggi, tetapi juga menawarkan gambaran empiris bagaimana mahasiswa mengembangkan kompetensi bisnis secara langsung. Dengan mengkaji pengalaman mahasiswa dalam mengelola usaha selama bazar kewirausahaan, diharapkan dapat memberikan insight baru bagi penguatan program *entrepreneurship education* di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan pengalaman mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dalam pengembangan kompetensi bisnis melalui partisipasi langsung pada bazar kewirausahaan. Kegiatan berlangsung pada 21 Mei 2025 selama dua jam, melibatkan seluruh mahasiswa, pengunjung, serta pelaku UMKM. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif yang meliputi dokumentasi kegiatan, serta wawancara semi-terstruktur dengan peserta dan pengunjung (Spradley, 1980). Instrumen utama adalah peneliti sendiri yang dibantu dengan pedoman observasi dan panduan wawancara (Creswell, 2013). Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis tematik sebagaimana dikemukakan oleh Braun & Clarke (2006), melalui proses reduksi data, kategorisasi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik (Patton, 2002). Dengan desain ini, penelitian dapat direplikasi pada konteks serupa dalam pengembangan kompetensi kewirausahaan mahasiswa secara praktis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi kegiatan bazar kewirausahaan secara langsung memberikan pengalaman empiris yang bermakna bagi mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dalam mengembangkan keterampilan bisnis. Kegiatan bazar dilaksanakan pada Rabu, 21 Mei 2025 selama dua jam, berlokasi di area samping Gedung M.

Yasin Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Persiapan kegiatan dimulai sejak satu hari sebelum pelaksanaan dengan proses pengadaan bahan baku, produksi, serta persiapan logistik stand. Pada hari H, mahasiswa melakukan penataan stand mulai pukul 12.15 WIB, dan stand resmi dibuka pukul 12.30 WIB hingga 14.28 WIB.

Produk yang dijual dalam kegiatan *bazar* adalah Dimsum Mentai “*Mentaiin.Ajaa*” yang memiliki keunggulan dari segi cita rasa kekinian, harga yang terjangkau, dan tampilan produk yang menarik. Strategi pemasaran dilakukan secara langsung kepada pengunjung dengan desain booth yang menarik perhatian. Berdasarkan hasil penjualan, seluruh 80 porsi produk habis terjual selama waktu bazar berlangsung, menghasilkan total omset sebesar Rp 2.280.000. Data ringkasan strategi produk dan hasil penjualan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Ringkasan Produk dan Strategi Pemasaran

ASPEK	DESKRIPSI
Produk	Dimsum Mentai “Mentaiin.Ajaa
Target Pasar	Mahasiswa dan dosen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
Keunggulan Produk	Rasa kekinian, harga terjangkau, tampilan menarik
Strategi Pemasaran	Promosi langsung di booth, penyajian menarik

Dari tabel 1. terlihat bahwa produk yang ditawarkan meskipun banyak yang serupa (dalam hal ini dimsum, tetapi dimsum ini memiliki karakteristik yang dapat dijadikan unggulan.

Tabel 2. Rekap Penjualan

ITEM	JUMLAH
Total Porsi Terjual	80 Porsi
Omset Penjualan	Rp. 2.280.000
Waktu Penjualan	2 Jam

Dari tabel 2. terlihat bahwa hanya dalam waktu 2 jam, total porsi yang terjual adalah 80 porsi, yang menunjukkan bahwa produk tersebut sangat diminati oleh para konsumenn.

Melalui pelaksanaan bazar ini, mahasiswa mengalami pengembangan kompetensi bisnis secara langsung. Beberapa keterampilan utama yang berkembang di antaranya adalah keterampilan komunikasi dalam pelayanan pelanggan, pengambilan keputusan cepat dalam kondisi antrean panjang, manajemen stok dan logistik produk, kemampuan promosi visual stand, serta kerja sama tim dalam pembagian tugas. Detail kompetensi yang berkembang ditunjukkan dalam tabel berikut.

Tabel 3. Kompetensi yang Berkembang

KOMPETENSI	INDIKATOR
Komunikasi	Melayani pelanggan, menjawab pertanyaan, menawarkan produk.
Pengambilan Keputusan	Menyelesaikan antrean panjang dengan penyesuaian alur kerja.
Manajemen Operasional	Mengatur stok bahan baku, menata produk di stand.
Promosi	Mendesain poster dengan menarik dan tampilan produk yang menarik.
Kerja Sama Tim	Pembagian peran yang efektif dalam tim.

Sementara itu, selain keberhasilan penjualan, terdapat beberapa kendala yang dihadapi selama pelaksanaan bazar, seperti antrean panjang akibat lonjakan pengunjung pada jam sibuk, keterbatasan tenaga pelayanan, serta stok produk yang tidak mencukupi. Meskipun demikian, situasi tersebut mampu direspon secara adaptif oleh mahasiswa dengan melakukan penyesuaian alur kerja di lapangan. Pengalaman ini memberikan pembelajaran langsung mengenai dinamika pengelolaan usaha mikro yang fleksibel, sekaligus memperkuat proses pembelajaran berbasis *experiential learning*.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa implementasi praktik langsung melalui bazar kewirausahaan memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan kompetensi bisnis mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Temuan ini sejalan dengan prinsip *experiential learning* yang menempatkan mahasiswa sebagai pelaku utama dalam proses pembelajaran, memungkinkan mereka untuk memperoleh keterampilan praktis secara langsung di lapangan (Kolb, 1984). Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya menginternalisasi teori kewirausahaan, tetapi juga mengasah kemampuan problem solving, manajemen, dan interpersonal secara holistik.

Kegiatan *bazar* memberikan tantangan riil yang mendorong mahasiswa mengembangkan berbagai kompetensi bisnis. Pengalaman dalam merancang produk, menetapkan harga, menyusun strategi promosi, serta melayani pelanggan secara langsung mencerminkan integrasi antara hard skill dan soft skill kewirausahaan sebagaimana diungkapkan oleh Susanti et al. (2022). Mahasiswa secara aktif terlibat dalam pengambilan keputusan cepat, manajemen stok yang dinamis, hingga pengelolaan waktu dan tenaga kerja selama jam sibuk. Kemampuan adaptasi dan fleksibilitas ini sangat penting dalam membentuk karakter entrepreneur yang resilien (Adom et al., 2018).

Berdasarkan rekap penjualan produk yang terjual dalam kurun waktu dua jam menunjukkan efektivitas perencanaan bisnis yang telah dirancang. Meskipun bukan fokus utama dari pembelajaran, hasil finansial ini menjadi indikator awal bahwa mahasiswa mampu menerapkan perencanaan bisnis sederhana secara efektif. Lebih penting dari capaian finansial, mahasiswa menunjukkan perkembangan nyata dalam aspek komunikasi, promosi, manajemen operasional, serta kerja sama tim, yang merupakan fondasi utama dalam wirausaha berbasis mikro (Hameed et al., 2021).

Temuan ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa keterlibatan langsung mahasiswa dalam praktik kewirausahaan kampus meningkatkan self-efficacy, entrepreneurial intention, serta kesiapan mental menghadapi tantangan bisnis (Rai et al., 2020). Selain itu, keikutsertaan mahasiswa dalam *bazar* memberikan ruang reflektif, di mana mereka mampu mengevaluasi kinerja individu maupun tim secara langsung, sebuah fase pembelajaran yang esensial dalam siklus *experiential learning* (Gibb, 2002).

Secara umum, hasil penelitian ini memberikan gambaran empiris bahwa model praktik langsung seperti *bazar* kewirausahaan layak untuk diintegrasikan secara lebih sistematis dalam kurikulum kewirausahaan perguruan tinggi. Model ini tidak hanya mendorong pengembangan keterampilan bisnis mahasiswa, tetapi juga membangun kepercayaan diri, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan adaptasi yang dibutuhkan dalam menghadapi ketidakpastian dunia bisnis (Utomo & Soetjipto, 2021). Dengan demikian, program kewirausahaan berbasis praktik langsung dapat menjadi strategi efektif dalam mendukung penguatan ekosistem pendidikan kewirausahaan (*edupreneur*) di lingkungan pendidikan tinggi Indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan *bazar* kewirausahaan secara langsung memberikan pengalaman belajar yang bermakna dan kontribusi nyata terhadap pengembangan kompetensi bisnis mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Melalui kegiatan bazar dengan melakukan penjualan Dimsum Mentai "*Mentain.Ajaa*", mahasiswa terlibat aktif dalam seluruh proses bisnis mulai dari perencanaan, produksi, promosi, hingga pelayanan pelanggan. Hal ini mendorong berkembangnya keterampilan penting seperti komunikasi, manajemen operasional, pengambilan keputusan, promosi visual, dan kerja sama tim.

Keberhasilan penjualan seluruh 80 porsi produk dalam waktu dua jam serta tercapainya omset yang cukup besar menjadi bukti bahwa mahasiswa mampu menerapkan strategi bisnis secara efektif. Selain capaian finansial, yang lebih penting adalah terjadinya penguatan aspek

soft skill dan hard skill kewirausahaan yang relevan dengan kebutuhan dunia usaha. Kegiatan ini juga menunjukkan relevansi pendekatan *experiential learning* dalam pendidikan kewirausahaan, di mana mahasiswa belajar langsung dari pengalaman lapangan yang menantang dan dinamis. Model praktik langsung seperti ini terbukti meningkatkan kesiapan mental, rasa percaya diri, dan kemampuan adaptif mahasiswa dalam menghadapi realitas bisnis. Oleh karena itu, integrasi kegiatan kewirausahaan berbasis praktik langsung ke dalam kurikulum perguruan tinggi sangat direkomendasikan sebagai strategi untuk membangun ekosistem pendidikan kewirausahaan yang lebih kuat dan aplikatif.

Sebagai saran untuk pengembangan ke depan, pelaksanaan bazar disarankan dilakukan dalam durasi waktu yang lebih panjang serta melibatkan lebih banyak variasi produk dan kelompok mahasiswa untuk memperkaya pengalaman bisnis yang diperoleh. Selain itu, pemberian pelatihan singkat sebelum pelaksanaan, seperti strategi pemasaran digital, manajemen keuangan sederhana, dan pelayanan pelanggan, dapat meningkatkan kesiapan mahasiswa. Untuk penelitian lanjutan, disarankan dilakukan evaluasi jangka panjang terhadap dampak kegiatan ini terhadap minat berwirausaha dan pengembangan kompetensi mahasiswa, serta perbandingan antar institusi guna memperoleh wawasan lebih luas mengenai efektivitas pembelajaran berbasis praktik dalam pendidikan tinggi di Indonesia.

REFERENSI

- Adom, K., Asare-Yeboah, I. T., Arko-Achemfuor, A., & Quaye, D. M. (2018). Evaluation of Entrepreneurship Education Models in Developing Country Contexts: Evidence from Ghana. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 30(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/08276331.2017.1383145>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. SAGE Publications.
- Drucker, P. F. (1993). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. HarperBusiness.
- Gibb, A. (2002). In Pursuit of a New “Enterprise” and “Entrepreneurship” Paradigm for Learning: Creative Destruction, New Values, New Ways of Doing Things and New Combinations of Knowledge. *International Journal of Management Reviews*, 4(3), 233–269. <https://doi.org/10.1111/1468-2370.00086>
- Hameed, I., Basheer, M. F., Iqbal, J., Anwar, A., & Ahmad, R. (2021). Determinants of Students’ Entrepreneurial Intention: The Roles of Entrepreneurial Education and Self-Efficacy. *Journal of Education for Business*, 96(3), 145–157. <https://doi.org/10.1080/08832323.2020.1842553>
- Indonesia, B. P. S. (2023). *Tingkat Pengangguran Terbuka Menurut Tingkat Pendidikan*. <https://www.bps.go.id>
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Prentice Hall.
- Mangundjaya, W.L dan Wicaksana, S.A (2022). Edupreneur: Developing Boardgame As a product of University Entrepreneurial Activities, *IJEED (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)* Volume 05 Number 02 March 2022, 303-311. DOI <https://doi.org/10.29138/ijeed.v5i2.1758>
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods*. SAGE Publications.
- Rai, A., Prasad, A., & Badar, K. (2020). The Role of Experiential Learning on Developing Entrepreneurial Self-Efficacy and Intentions: Evidence from Business Students in India. *Journal of Entrepreneurship Education*, 23(5), 1–15. <https://www.abacademies.org/articles/The-role-of-experiential-learning-on-developing-entrepreneurial-self-efficacy-and-intentions-1532-5806-23-5-527.pdf>

- Simatupang, T. M., Sitorus, A. T., & Purba, H. H. (2023). The Ecosystem Model of University-Based Entrepreneurship Education in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 26(S4), 1–12. <https://www.abacademies.org/articles/the-ecosystem-model-of-university-based-entrepreneurship-education-in-indonesia-1532-5806-26-S4-102.pdf>
- Spradley, J. P. (1980). *Participant Observation*. Holt, Rinehart and Winston.
- Susanti, E., Wibowo, D., & Nurlaila, N. (2022). Penguatan Soft Skill Mahasiswa Melalui Program Kewirausahaan Kampus: Studi Empiris di Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 56–70. <https://doi.org/10.26740/jpe.v10n1.p56-70>
- Utomo, H., & Soetjipto, B. E. (2021). Entrepreneurship Learning to Improve Students' Entrepreneurial Mindset in Higher Education. *Journal of Entrepreneurship Education*, 24(S2), 1–13. <https://www.abacademies.org/articles/entrepreneurship-learning-to-improve-students-entrepreneurial-mindset-in-higher-education-1532-5806-24-S2-502.pdf>
- Zhang, Y., & Zhang, X. (2020). University Students' Entrepreneurial Competency: The Effect of Entrepreneurship Education and Psychological Capital. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(4), 567–590. <https://doi.org/10.1108/JEEE-03-2019-0046>