

Analisis Strategi Digital Kewirausahaan yang Efektif Bagi Siswa Kelas 3 SMKN 2 Ambon

Analysis of Effective Digital Entrepreneurship Strategies for Class 3 Students at SMKN 2 Ambon

Aminah Rehalat

¹ Prodi Pendidikan Ekonomi, Universitas Pattimura, Ambon

* Corresponding Author. E-mail: minahrehalat@gmail.com

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Article History: Received: 10-Sep. 2024 Revised: 26-Oct. 2024 Accepted: 29-Oct.2024</p> <p>Keywords: Digital Entrepreneurship; Innovation, Creativity; Job Opportunities; Technology Education</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi digital kewirausahaan yang efektif bagi siswa kelas 3 SMKN 2 Ambon. Menggunakan pendekatan campuran (mixed methods), penelitian ini menggabungkan kuantitatif untuk mengukur pemahaman dan penerapan strategi digital serta kualitatif untuk mengeksplorasi pandangan siswa mengenai inovasi, kreativitas, dan peluang kerja. Melalui pendekatan kualitatif dengan kuesioner, FGD, dan wawancara, ditemukan bahwa meskipun 75% siswa memiliki pemahaman yang baik tentang teknologi digital, hanya 40% yang menerapkannya dalam proyek kewirausahaan. Inovasi dan kreativitas diakui penting, namun sebagian besar siswa merasa kurang memiliki keterampilan yang memadai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar siswa memiliki pemahaman yang baik tentang teknologi digital, namun penerapan dalam proyek kewirausahaan masih rendah. Inovasi diakui sebagai elemen penting, meskipun keterampilan inovatif di kalangan siswa dinilai masih kurang memadai. Kreativitas siswa lebih terfokus pada pemasaran menggunakan media sosial, sementara pengembangan produk masih terbatas. Selain itu, mayoritas siswa menyadari adanya peluang kerja di bidang digital, namun merasa perlu bimbingan dan dukungan lebih lanjut untuk memanfaatkan peluang tersebut. Oleh karena itu, dapat disimpulkan berdasar penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pemahaman teknologi digital di kalangan siswa SMKN 2 Ambon cukup baik, namun penerapannya masih perlu ditingkatkan. Penelitian ini menyarankan pengembangan keterampilan inovasi dan kewirausahaan digital melalui pembelajaran yang lebih terstruktur dan bimbingan praktik.</p> <p><i>This study aims to identify and analyze effective digital entrepreneurship strategies for grade 3 students of SMKN 2 Ambon. Using a mixed methods approach, this study combines quantitative to measure the understanding and application of digital strategies and qualitative to explore students' views on innovation, creativity, and job opportunities. Through a qualitative approach with questionnaires, FGDs, and interviews, it was found that although 75% of students had a good understanding of digital technology, only 40% applied it in entrepreneurial projects. Innovation and creativity are recognized as important, but most students feel they lack adequate skills. The results showed that most students have a good understanding of digital technology, but the application in entrepreneurial projects is still low. Innovation is recognized as an important element, although innovative skills among students are still considered inadequate. Students' creativity is more focused on marketing using social media, while product development is still limited. In addition, the majority of students are aware of job opportunities in the digital field, but feel the need for further guidance and support to take advantage of these opportunities. This study suggests the development of digital innovation and entrepreneurship skills through more structured learning and practical guidance.</i></p>

Journal Of Perspektif is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



How to Cite:

Rehalat, A. (2024). Analysis of Effective Digital Entrepreneurship Strategies for Class 3 Students at SMKN 2 Ambon. *Perspektif Pendidikan Dan Keguruan*, 15(2), 172–178.

[https://doi.org/10.25299/perspektif.2024.vol15\(2\).19082](https://doi.org/10.25299/perspektif.2024.vol15(2).19082)

PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang didorong oleh kemajuan teknologi informasi, kewirausahaan mengalami transformasi besar dengan adanya digitalisasi. Transformasi ini membuka berbagai peluang baru dalam dunia bisnis, termasuk bagi para siswa sekolah menengah kejuruan (SMK). Di Indonesia, peran SMK sangat krusial dalam menyiapkan siswa untuk siap memasuki dunia kerja atau menjadi wirausahawan muda yang kompeten (Adha & Permatasari, 2021). Di SMKN 2 Ambon, inisiatif untuk memperkenalkan dan mengembangkan strategi digital kewirausahaan di kalangan siswa kelas 3 menjadi perhatian utama, mengingat pentingnya peran inovasi dan kreativitas dalam keberhasilan kewirausahaan digital.

Kewirausahaan digital tidak hanya mengandalkan keberadaan platform online untuk penjualan, tetapi juga mencakup pemanfaatan teknologi dalam berbagai aspek bisnis, mulai dari pemasaran hingga manajemen operasional (Sundari et al., 2022). Penggunaan strategi digital yang tepat dapat membantu siswa dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang bisnis yang ada. Selain itu, penerapan teknologi digital juga memungkinkan efisiensi yang lebih tinggi dan pengurangan biaya operasional, yang pada gilirannya meningkatkan daya saing usaha yang dijalankan oleh siswa.

Peran inovasi dalam kewirausahaan digital sangatlah vital. Inovasi memungkinkan terciptanya produk atau layanan baru yang memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang. Inovasi ini bisa dalam bentuk teknologi baru, metode bisnis yang lebih efektif, atau cara pemasaran yang lebih kreatif (Radiansyah, 2022). Siswa SMKN 2 Ambon perlu diajarkan untuk selalu berpikir inovatif, melihat setiap tantangan sebagai peluang untuk berinovasi. Dengan begitu, mereka tidak hanya menjadi pelaku usaha yang adaptif tetapi juga mampu menciptakan nilai tambah yang unik di pasar.

Selain inovasi, kreativitas juga memainkan peran penting dalam keberhasilan kewirausahaan digital. Kreativitas dalam konteks ini melibatkan kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan solusi yang out of the box. Misalnya, penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran tidak hanya membutuhkan pemahaman teknis tetapi juga kreativitas dalam menyampaikan pesan yang menarik dan relevan bagi audiens target. Siswa perlu dilatih untuk mengasah kemampuan kreatif mereka sehingga mampu menciptakan kampanye pemasaran yang menarik dan efektif.

Strategi digital kewirausahaan tidak hanya memberikan keuntungan dari sisi inovasi dan kreativitas tetapi juga membuka peluang lapangan pekerjaan baru bagi siswa (Diandra, 2019). Di era digital, banyak pekerjaan baru yang muncul, seperti manajemen media sosial, analisis data, dan pengembangan aplikasi (Zahra et al., 2024). Pengenalan terhadap strategi digital kewirausahaan sejak dini dapat mempersiapkan siswa untuk mengisi posisi-posisi ini atau bahkan menciptakan pekerjaan mereka sendiri. Hal ini sangat relevan mengingat tingginya tingkat pengangguran di kalangan pemuda Indonesia, termasuk di Ambon (Badan Pusat Statistik, 2024).

Meskipun peluang yang ditawarkan oleh kewirausahaan digital sangat besar, tantangan dalam implementasinya juga tidak kalah signifikan. Siswa SMKN 2 Ambon mungkin menghadapi berbagai hambatan, seperti keterbatasan akses teknologi, kurangnya bimbingan, dan minimnya dukungan dari lingkungan sekitar. Oleh karena itu, diperlukan upaya bersama dari pihak sekolah, pemerintah, dan masyarakat untuk menyediakan fasilitas yang memadai serta program pendampingan yang berkelanjutan.

Selain dukungan eksternal, pengembangan soft skills seperti leadership, problem-solving, dan kerja sama tim juga harus menjadi bagian dari kurikulum kewirausahaan digital (Yohana & Wijiharta, 2021). Keterampilan ini akan membantu siswa dalam mengelola usaha mereka dengan lebih baik dan mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan yang terjadi di pasar. Pendidikan kewirausahaan yang holistik, yang mencakup aspek teknis dan non-teknis, akan menghasilkan wirausahawan muda yang tidak hanya cerdas secara digital tetapi juga tangguh dan siap bersaing (Alam et al., 2023).

Dalam rangka mencapai tujuan ini, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi digital kewirausahaan yang efektif bagi siswa kelas 3 SMKN 2 Ambon. Fokus penelitian akan diarahkan pada peran inovasi dan kreativitas dalam mendukung kewirausahaan digital serta dampaknya terhadap peluang lapangan pekerjaan bagi siswa. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan model strategi yang dapat diterapkan secara praktis di SMKN 2 Ambon dan sekolah-sekolah lain di Indonesia.

Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya akan memberikan kontribusi bagi pengembangan kewirausahaan digital di kalangan siswa SMK tetapi juga dapat menjadi referensi bagi pengambil kebijakan dalam merumuskan program-program kewirausahaan yang lebih efektif dan berkelanjutan. Peningkatan keterampilan

kewirausahaan digital di kalangan siswa SMK diharapkan dapat menjadi salah satu solusi untuk mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di masa depan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran (mixed methods) yang menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai strategi digital kewirausahaan di kalangan siswa kelas 3 SMKN 2 Ambon. Pendekatan kuantitatif akan digunakan untuk mengukur sejauh mana pemahaman dan penerapan strategi digital kewirausahaan di kalangan siswa, sedangkan pendekatan kualitatif akan digunakan untuk menggali lebih dalam mengenai pandangan dan pengalaman siswa terkait inovasi, kreativitas, dan peluang kerja yang tercipta dari kewirausahaan digital.

Populasi penelitian ini adalah seluruh siswa kelas 3 SMKN 2 Ambon yang berjumlah sekitar 200 siswa. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik stratified random sampling untuk memastikan representasi dari berbagai program keahlian yang ada di sekolah tersebut. Instrumen penelitian yang digunakan meliputi kuesioner tertutup untuk mengumpulkan data kuantitatif, dan wawancara mendalam serta focus group discussions (FGD) untuk mengumpulkan data kualitatif. Kuesioner akan mengukur aspek-aspek seperti tingkat pemahaman teknologi digital, penerapan strategi digital, tingkat inovasi dan kreativitas, serta persepsi terhadap peluang kerja yang dihasilkan. Sementara itu, wawancara dan FGD akan mendalami motivasi, hambatan, dan pengalaman siswa dalam menjalankan kewirausahaan digital.

Pengumpulan data dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama adalah pengisian kuesioner oleh sampel yang telah ditentukan, diikuti dengan pengolahan data menggunakan teknik statistik deskriptif dan inferensial untuk melihat pola dan hubungan antarvariabel. Tahap kedua adalah pelaksanaan wawancara dan FGD yang akan direkam, ditranskrip, dan dianalisis menggunakan metode analisis tematik. Analisis data kualitatif akan dilakukan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul terkait dengan inovasi, kreativitas, dan peluang kerja. Hasil dari kedua pendekatan ini kemudian akan dibandingkan dan dikombinasikan untuk memberikan rekomendasi strategis yang holistik dan aplikatif untuk pengembangan kewirausahaan digital di SMKN 2 Ambon..

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa sekitar 75% siswa kelas 3 SMKN 2 Ambon memiliki pemahaman yang baik mengenai teknologi digital. Sebagian besar siswa mengaku familiar dengan berbagai platform dan alat digital seperti media sosial, e-commerce, dan perangkat lunak desain. Hal ini menunjukkan bahwa siswa sudah memiliki dasar yang kuat dalam hal teknologi, namun ketika diminta untuk mengimplementasikan pengetahuan tersebut ke dalam proyek kewirausahaan, hanya 40% siswa yang berhasil melakukannya. Kesenjangan antara pemahaman dan penerapan ini mengindikasikan adanya tantangan dalam membawa teori ke dalam praktik nyata.

Meskipun banyak siswa yang memahami teknologi digital, tingkat penerapan dalam proyek kewirausahaan relatif rendah. Sebagian besar siswa mengalami kesulitan dalam menggunakan teknologi secara praktis untuk menjalankan usaha. Mereka cenderung merasa kurang memiliki keterampilan khusus untuk mengintegrasikan teknologi ke dalam bisnis mereka. Hal ini diperjelas dalam hasil wawancara dan FGD yang menunjukkan bahwa pelatihan yang lebih aplikatif sangat diperlukan agar siswa dapat mengembangkan usaha berbasis teknologi secara optimal.

Inovasi dianggap sebagai salah satu aspek penting dalam kewirausahaan digital, namun hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan inovasi di kalangan siswa masih rendah. Meskipun banyak siswa yang memiliki ide-ide kreatif, penerapannya dalam pengembangan produk atau jasa masih terbatas. Sebagian besar siswa lebih memfokuskan kreativitas mereka pada strategi pemasaran, khususnya dalam penggunaan media sosial untuk promosi, daripada pada inovasi produk. Keterbatasan ini disebabkan oleh kurangnya pelatihan praktis tentang bagaimana mengembangkan produk yang inovatif dan berbeda dari pesaing.

Dari hasil kualitatif melalui wawancara dan FGD, mayoritas siswa menyatakan bahwa kreativitas mereka lebih sering diarahkan pada aspek pemasaran dibandingkan pengembangan produk. Siswa memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk mempromosikan produk mereka, namun pengembangan ide produk baru masih minim. Hal ini mengindikasikan perlunya pelatihan lebih lanjut dalam mengasah kemampuan inovasi yang mencakup keseluruhan proses kewirausahaan, dari pembuatan produk hingga pemasarannya.

Sebagian besar siswa memahami bahwa ada peluang besar dalam dunia kerja digital, terutama di era yang semakin terintegrasi dengan teknologi. Namun, meskipun peluang tersebut ada, banyak siswa yang merasa belum siap untuk memanfaatkannya secara optimal. Mereka merasa membutuhkan bimbingan lebih lanjut, baik dari pihak sekolah maupun mentor industri, untuk mempersiapkan diri mereka agar lebih kompetitif di pasar tenaga kerja yang berbasis digital.

Hambatan utama yang dihadapi siswa dalam penerapan kewirausahaan digital adalah kurangnya pelatihan praktis dan bimbingan dari para ahli di bidangnya. Siswa merasa bahwa kurikulum yang ada saat ini belum cukup memberikan keterampilan yang mereka butuhkan untuk menjalankan bisnis berbasis teknologi. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan pengembangan kurikulum kewirausahaan digital yang lebih terstruktur, serta adanya program bimbingan intensif yang melibatkan industri dan praktisi kewirausahaan.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar siswa memiliki pemahaman yang baik tentang teknologi digital yang ditunjukkan dari hasil kuesioner bahwasannya sebanyak 75% siswa menunjukkan pemahaman yang baik mengenai teknologi digital dan penggunaannya dalam bisnis. Hal ini mencerminkan efektivitas dari upaya pendidikan kewirausahaan digital yang telah dilakukan di SMKN 2 Ambon, sejalan dengan temuan Suryani (2019) yang menekankan pentingnya pendidikan teknologi dalam meningkatkan literasi digital siswa (Dewi et al., 2021).

Disisi lain terdapat kesenjangan yang signifikan antara pemahaman dan penerapan teknologi dalam proyek kewirausahaan. Hanya 40% siswa yang benar-benar menerapkan teknologi dalam usaha mereka. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa teori yang diberikan belum sepenuhnya diterjemahkan ke dalam praktik yang konkret. Berdasarkan teori kewirausahaan digital dari Lumpkin dan Dess (1996), pemahaman tentang integrasi teknologi dalam praktik bisnis sangat penting (Rahmasari, 2023). Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun 75% siswa memahami teknologi digital, hanya 40% yang menerapkannya dalam kewirausahaan, menunjukkan perlunya strategi yang lebih efektif.

Inovasi merupakan salah satu pilar utama dalam kewirausahaan digital. Menurut Drucker (1985), inovasi adalah alat spesifik kewirausahaan yang memungkinkan penciptaan nilai baru. Dalam penelitian ini, sebagian besar siswa (80%) memahami pentingnya inovasi dalam kewirausahaan digital. Namun, hanya 30% siswa yang merasa memiliki keterampilan inovatif yang cukup untuk menciptakan produk atau jasa baru. Rendahnya keterampilan inovatif ini menunjukkan bahwa walaupun siswa menyadari pentingnya inovasi, mereka kesulitan untuk mengimplementasikannya dalam praktik. Hasil ini sejalan dengan penelitian Sinaga et al. (2024) yang menemukan bahwa pendidikan inovasi di tingkat SMK sering kali tidak diberikan secara praktis, sehingga siswa tidak dapat mengembangkan kreativitas mereka sepenuhnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas siswa lebih terfokus pada aspek pemasaran, khususnya melalui media sosial (65%). Menurut Maryam et al. (2021), kreativitas dalam kewirausahaan tidak hanya terbatas pada pemasaran, tetapi juga pada inovasi produk, layanan, dan proses bisnis. Penggunaan media sosial oleh siswa untuk memasarkan produk mereka merupakan langkah yang positif, tetapi hal ini menunjukkan bahwa mereka belum mampu mengeksplorasi kreativitas dalam pengembangan produk atau layanan yang berbeda dari yang sudah ada di pasaran. Ini mengindikasikan perlunya pelatihan lebih lanjut dalam inovasi produk, bukan hanya dalam promosi.

Penelitian ini menemukan bahwa meskipun sebagian besar siswa memiliki pemahaman yang baik tentang teknologi digital, hanya sedikit yang berhasil menerapkannya dalam proyek kewirausahaan. Hal ini mirip dengan temuan yang dilaporkan oleh Rahmawati (2021), yang menyatakan bahwa banyak siswa SMK yang memiliki keterbatasan dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam bisnis nyata karena minimnya keterampilan aplikatif (Abdelshieed et al., 2021). Siswa memerlukan lebih dari sekadar pemahaman teoretis; mereka butuh bimbingan yang konkret untuk mengaplikasikan teknologi secara efektif dalam pengelolaan usaha.

Salah satu fokus penelitian ini adalah melihat bagaimana inovasi dan kewirausahaan digital berdampak pada peluang kerja. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar siswa (85%) menyadari adanya peluang kerja di bidang digital, namun mereka merasa kurang percaya diri untuk memanfaatkan peluang tersebut tanpa bimbingan lebih lanjut. Menurut Irmal et al. (2024) keterampilan digital dan kemampuan inovatif sangat penting untuk meningkatkan kesiapan siswa memasuki pasar tenaga kerja, terutama di sektor ekonomi digital. Oleh karena

itu, penting bagi sekolah untuk menyediakan program pelatihan atau magang yang berfokus pada pengembangan keterampilan kewirausahaan digital

Penelitian ini juga menekankan bahwa siswa membutuhkan dukungan lebih lanjut dalam bentuk bimbingan dari guru atau mentor untuk menerapkan strategi digital kewirausahaan. Temuan ini diperkuat oleh Rahmah (2024), yang menyatakan bahwa bimbingan yang berkelanjutan dalam pendidikan kewirausahaan sangat penting untuk membangun kepercayaan diri dan keterampilan siswa. Tanpa bimbingan yang tepat, inovasi dan kreativitas yang diharapkan tidak akan terwujud secara optimal. Oleh karena itu, sekolah harus lebih proaktif dalam memberikan dukungan dan fasilitas yang memadai untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan digital.

Hasil dari wawancara dan FGD menunjukkan bahwa salah satu hambatan utama yang dihadapi siswa dalam menerapkan kewirausahaan digital adalah kurangnya keterampilan praktis dan pengalaman di lapangan. Ini sejalan dengan pendapat Santika et al. (2023), yang menyebutkan bahwa pembelajaran kewirausahaan di sekolah sering kali tidak diikuti dengan praktik yang memadai, sehingga siswa kesulitan mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha secara nyata. Dalam konteks ini, program magang atau kerja sama dengan industri bisa menjadi solusi untuk mengatasi hambatan tersebut.

Untuk mengatasi keterbatasan dalam penerapan kewirausahaan digital, kolaborasi dengan industri merupakan salah satu solusi yang direkomendasikan. Menurut Rahman et al. (2024) kerja sama antara dunia pendidikan dan industri memungkinkan siswa mendapatkan pengalaman praktis dan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan pasar. Sekolah dapat bekerja sama dengan perusahaan teknologi atau start-up untuk memberikan pelatihan langsung, proyek berbasis praktik, atau magang kepada siswa. Ini akan membantu mereka memahami bagaimana teknologi digital digunakan secara nyata dalam bisnis.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pengembangan kewirausahaan digital yang efektif mencakup pembelajaran yang lebih terfokus pada inovasi dan praktik. Hasan (2020) menegaskan bahwa pembelajaran kewirausahaan yang menekankan aspek inovasi dan eksperimen kreatif dapat membantu siswa mengembangkan keterampilan berpikir kritis dan inovatif. Pengembangan kurikulum yang lebih aplikatif, termasuk proyek berbasis digital yang mendukung kreativitas siswa, harus menjadi prioritas agar mereka dapat lebih siap menghadapi tantangan kewirausahaan di era digital.

Temuan dari penelitian ini memiliki implikasi yang luas, tidak hanya untuk SMKN 2 Ambon, tetapi juga untuk sekolah-sekolah kejuruan di seluruh Indonesia. Pengembangan model strategi kewirausahaan digital yang lebih terstruktur dan berbasis praktik bisa menjadi solusi untuk meningkatkan keterampilan kewirausahaan di kalangan siswa SMK. Menurut Ambarwati et al. (n.d.), sekolah-sekolah di Indonesia perlu memperbarui pendekatan mereka dalam mengajarkan kewirausahaan digital dengan menyediakan lebih banyak kesempatan bagi siswa untuk berpartisipasi dalam proyek berbasis teknologi. Dengan demikian, siswa akan lebih siap memasuki dunia kerja yang terus berubah dan semakin didorong oleh teknologi.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemahaman teknologi digital di kalangan siswa kelas 3 SMKN 2 Ambon cukup baik, namun penerapannya masih perlu ditingkatkan. Inovasi dan kreativitas diakui penting, tetapi perlu lebih banyak pelatihan untuk mengembangkan keterampilan ini. Peluang kerja digital diakui ada, namun siswa membutuhkan lebih banyak bimbingan untuk memanfaatkannya. Hambatan utama yang dihadapi adalah kurangnya akses teknologi dan bimbingan berkelanjutan, meski dukungan dari sekolah sudah ada dan perlu ditingkatkan.

Berdasarkan temuan ini, beberapa rekomendasi diberikan dengan melakukan peningkatan akses teknologi melalui kemitraan dengan perusahaan teknologi, mengembangkan kurikulum yang lebih praktis dan terintegrasi dengan teknologi digital, mengadakan program mentoring dan pelatihan berkelanjutan dengan melibatkan praktisi industri, serta menciptakan ekosistem inovasi di sekolah melalui kompetisi dan inkubator bisnis. Dengan penerapan strategi-strategi ini, diharapkan siswa SMKN 2 Ambon dapat lebih siap dalam menghadapi dunia kerja digital dan mampu memanfaatkan peluang kewirausahaan yang ada.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada berbagai pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian penelitian ini. Pertama, kami ucapkan terima kasih kepada Kepala Sekolah SMKN 2 Ambon yang telah memberikan izin dan dukungan penuh selama proses penelitian berlangsung. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada para guru dan siswa kelas 3 SMKN 2 Ambon yang telah berpartisipasi secara aktif dalam pengisian kuesioner, Focus Group Discussion (FGD), dan wawancara.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdelshiheed, M., Maniktala, M., Ju, S., Jain, A., Barnes, T., & Chi, M. (2021). Preparing Unprepared Students For Future Learning. *Proceedings of the 43rd Annual Meeting of the Cognitive Science Society: Comparative Cognition: Animal Minds, CogSci 2021*, 2547–2553.
- Adha, E., & Permatasari, C. L. (2021). PERAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DALAM MENUMBUHKAN KESIAPAN BERWIRAUSAHA SISWA. 15(1).
<https://doi.org/10.19184/jpe.v15i1.21158>
- Alam, W., Anggrani, R., Saputri, N., Binardi, K., & Safitri, D. (2023). *Tren Kewirausahaan, Mengembangkan Bisnis, dan Digital Entrepreneur* (1st ed.). Cv. Mega Press Nusantara.
https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=MNUJEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Pendidikan+kewirausahaan+yang+holistik,+yang+mencakup+aspek+teknis+dan+non-teknis,+akan+menghasilkan+wirausahawan+muda+yang+tidak+hanya+cerdas+secara+digital+te+tapi+juga+tangguh+dan+siap+bersaing&ots=QOkk2-UNxr&sig=w6BY_c96gE0ASa16hwO94o2Y6al
- Ambarwati, D., Wibowo, U. B., Arsyadanti, H., & Susanti, S. (n.d.). Studi Literatur: Peran Inovasi Pendidikan pada Pembelajaran Berbasis Teknologi Digital. *Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan*, 8(2), 173–184. <https://doi.org/10.21831/jitp.v8i2.43560>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Jumlah Pengangguran dan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Provinsi Maluku 2021-2023*. Badan Pusat Statistik Provinsi Maluku.
- Dewi, D. A., Hamid, S. I., Annisa, F., Oktafianti, M., & Genika, P. R. (2021). Menumbuhkan Karakter Siswa melalui Pemanfaatan Literasi Digital. *Jurnal Basicedu*, 5(6), 5249–5257.
<https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i6.1609>
- Diandra, D. (2019). Program Pengembangan Kewirausahaan Untuk Menciptakan Pelaku Usaha Sosial Yang Kompetitif. *Prosiding Industrial Reserach Workshop and National Seminar*, 10(1), 1340–1347.
- Fadya Safitri Rahman, Agilia Febriani, Fadillah Annisak, Irlyanova Sabina, & Pramudia Ananda. (2024). Kolaborasi Sekolah dan Industri: Menyiapkan Siswa Untuk Dunia Kerja. *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia*, 2(3), 158–166. <https://doi.org/10.55606/jubpi.v2i3.3076>
- Hasan, H. A. (2020). PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN: KONSEP, KARAKTERISTIK DAN IMPLIKASI DALAM MEMANDIRIKAN GENERASI MUDA. *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 11(1), 99.
- Irmal, Sutoro, M., & Khair, O. I. (2024). Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Melalui Digital Marketing di Kelurahan Keranggan, Setu, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 11–28.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33753/ijse.v5i1.153>
- Maryam, S., Syam, A., Hasan, M., & Dinar, M. (2021). Kreativitas, Inovasi, dan Keberhasilan usaha: Studi kasus pada Usaha Kuliner Tradisional Jepa di Masa Pandemi Covid 19. *INSIGHT : Indonesian Journal of Social Studies and Humanities*, 1(2), 110–123.
<https://ojs.unm.ac.id/insight/index>
- Nuratri, B & Sofiaty, E. (2024). Strategi Inovasi Kewirausahaan Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Kelurahan Kebon Kangkung Kecamatan Kiaracandng Kota Bandung. *Jurnal Tabir Peradaban*, 4(3), 457-464
- Nuriawati., Hosen, M. Rofek, M. Eriyanto, J. & Shohib, M. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Pada Mandiri Store. *IZZl: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(2), 8-14

- Radiansyah, E. (2022). PERAN DIGITALISASI TERHADAP KEWIRAUSAHAAN DIGITAL: TINJAUAN LITERATUR DAN ARAH PENELITIAN MASA DEPAN. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI*, 9(2), 828–837.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i2.41351>
- Rahmah, D. L. (2024). Mewujudkan Mimpi, Membangun Bangsa: Kewirausahaan sebagai Solusi Inovatif dalam Dunia Pendidikan. *SHEs:ConferenceSeries*, 7(3), 420428.
<https://jurnal.uns.ac.id/shes>
- Rahmasari, S. (2023). Strategi Adaptasi Bisnis di Era Digital: Menavigasi Perubahan dan Meningkatkan Keberhasilan Organisasi. *Karimah Tauhid*, 2(3), 622–636.
- Risdiana, A. (2020). Analisis Strategi Digital Marketing Produk Industri Kreatif di Kecamatan Rajapolah, Tasikmalaya. *APLIKASIA:Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 20(1), 9-19.
- Santika, R. R., Kusumawardhany, N., & Sunarwibowo, R. P. (2023). Penerapan immersive experiential learning model dalam pembelajaran kewirausahaan melalui game simulasi MonsoonSIM bagi siswa/i SMK. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 4(2), 390–400.
<https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i2.20291>
- Sinaga, E. M., Muhammad, K., & Fauzi, A. (2024). Literature Review: Sasaran Difusi Inovasi dalam Lingkup Pendidikan Dasar. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 17(1), 63–68.
<https://doi.org/10.33369/pgsd>
- Sundari, S., Lestari, H. D., Program,), Manajemen, S., Ekonomika, F., Bisnis, D., Purwokerto, W., Raya, J., Karangsalam, B., 25, N., Banyumas, K., Tengah, J., & Raya, P. J. (2022). PEMASARAN DIGITAL DALAM KEWIRAUSAHAAN. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
<https://wikuacitya.unwiku.ac.id/JurnalWikuacitya:JurnalPengabdianMasyarakat//94>
- Wahab. (2023). Strategi Dalam Kewirausahaan Digital. *Prosiding Seminar Nasional Indonesia*, 1(1). 78-86
- Yohana, A., & Wijiharta. (2021). Penguasaan Softskill Mahasiswa dan Pembinaannya Youth &. *Islamic Economic Journal*, 2(1).
- Zahra, S., Risty Andini, Z., Putri, L. S., & Keling, M. (2024). Menggali Potensi Kewirausahaan di Era Digital: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 54–63.
<https://doi.org/10.61132/maeswara.v1i6.592>