
Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Digital dan *Content Creativity* terhadap Inovasi Produk Digital Siswa SMK Negeri 40 Jakarta

Erma Erviandari¹⁾, Darma Rika Swaramarinda²⁾, Ervina Maulida³⁾

^{1,2,3)}Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta

Email : ermaerviandari@gmail.com,
darmarika_s@unj.ac.id,
ervinamaulida@unj.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pembelajaran kewirausahaan digital dan *content creativity* terhadap inovasi produk digital siswa SMKN 40 Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 216 orang dari seluruh siswa kelas XI SMKN 40 Jakarta. Teknik penentuan sampel pada penelitian ini berdasarkan *table Issac* dan *Michael* dengan tingkat kesalahan 5% adalah 140 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan SEM PLS dengan software *Smart PLS* versi 4.0. Teknik analisis data yang digunakan terdiri dari analisis model pengukuran, analisis model struktural, dan pengujian hipotesis pengaruh langsung dan tidak langsung. Mendapatkan hasil bahwa pembelajaran kewirausahaan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk digital, *content creativity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk digital, pembelajaran kewirausahaan digital berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap *content creativity* dan pembelajaran kewirausahaan digital berpengaruh tidak langsung positif dan signifikan terhadap inovasi produk digital melalui *content creativity* pada siswa SMKN 40 Jakarta.

Kata kunci: pembelajaran kewirausahaan digital, *content creativity*, inovasi produk digital.

Abstract

This study aims to determine the effect of digital entrepreneurship learning and *content creativity* on digital product innovation of SMKN 40 Jakarta students. This study uses a quantitative approach with a survey method. The population in this study was 216 people from all grade XI students of SMKN 40 Jakarta. The sampling technique in this study was based on the *Issac* and *Michael* table with a 5% error rate of 140 people. The data analysis technique used was SEM PLS with *Smart PLS* software version 4.0. The data analysis techniques used consisted of measurement model analysis, structural model analysis, and direct and indirect influence hypothesis testing. The results showed that digital entrepreneurship learning had a positive and significant effect on digital product innovation, *content creativity* had a positive and significant effect on digital product innovation, digital entrepreneurship learning had a direct positive and significant effect on *content creativity* and digital entrepreneurship learning had an indirect positive and significant effect on digital product innovation through *content creativity* in SMKN 40 Jakarta students.

Keywords: digital entrepreneurship learning, *content creativity*, digital product innovation

PENDAHULUAN

Pembelajaran kewirausahaan berbasis komputer merupakan kunci dalam meningkatkan kemampuan siswa, terutama di era modern saat ini. Perkembangan teknologi yang pesat membuka peluang bagi generasi muda untuk berinovasi dalam produk komputer. Di SMK, pembelajaran ini bertujuan untuk mempersiapkan siswa agar memiliki keterampilan kewirausahaan berbasis teknologi dan mampu bersaing dalam industri komputerisasi. Seiring dengan meningkatnya permintaan akan produk inovatif, kreativitas siswa dalam menciptakan konten tingkat lanjut menjadi faktor penting dalam mendukung inovasi tersebut. Kreativitas dalam menciptakan konten memungkinkan siswa untuk mengembangkan produk komputerisasi yang lebih menarik dan relevan dengan kebutuhan saat ini. Pembelajaran kewirausahaan tingkat lanjut diharapkan tidak hanya meningkatkan pengetahuan teknis, tetapi juga menumbuhkan pola pikir inovatif. Wirawan (2021) menyatakan bahwa siswa SMK menciptakan peluang bagi

mereka untuk mengembangkan kreativitas konten dan keterampilan inovasi digital. Dengan peningkatan di berbagai aspek, siswa SMK dapat termotivasi untuk terus berinovasi, mengembangkan keterampilan digital, dan menciptakan konten yang kreatif dan berdampak.

Hal ini tidak hanya membuka peluang karier, tetapi juga mendorong mereka untuk menjadi bagian dari transformasi digital yang sedang berlangsung. Pembelajaran kewirausahaan digital ini sejalan dengan peningkatan keterampilan dan pemahaman peserta didik dalam menghasilkan inovasi yang bernilai ekonomi dan dapat membantu masyarakat sekitar. Hasil penelitian Thomas (2020), mengungkapkan bahwa pembelajaran kewirausahaan digital PBL memungkinkan peserta didik mengembangkan keterampilan kewirausahaan digital melalui proyek nyata terkait inovasi produk digital dan membantu pelaku usaha dalam mengidentifikasi permintaan pasar, memasarkan barang, dan membangun perusahaan. Studi tambahan yang dipublikasikan oleh Ratten (2021) menyatakan bahwa pembelajaran kewirausahaan digital dinilai mampu mendorong peserta didik untuk menghasilkan inovasi produk digital yang relevan dengan kebutuhan pasar dan teknologi yang berkembang pesat. Seseorang yang memiliki keterampilan yang kuat dalam pendidikan kewirausahaan digital akan lebih mudah menjalankan dan mengembangkan usahanya. Mereka akan lebih mampu mengenali tren pasar dan metode terbaik untuk mempromosikan produk agar menarik banyak pelanggan. Penelitian yang telah dipublikasikan oleh Csikszentmihalyi (2021), menyatakan bahwa lingkungan yang mendukung kreativitas, seperti kebebasan bereksperimen dan dukungan dari guru atau teman, sangat penting bagi peserta didik dalam menghasilkan konten kreatif. Kreativitas peserta didik dapat berkembang ketika mereka percaya diri dalam bereksperimen dengan ide-ide baru tanpa khawatir tidak berhasil. Penelitian lain yang dipublikasikan, Wallas (2020), menyatakan bahwa proses kreatif melibatkan empat tahap: persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi. Dalam konteks mahasiswa, proses ini terjadi ketika mereka mempersiapkan ide untuk konten, membiarkan ide tersebut berkembang di alam bawah sadar, menemukan solusi kreatif, dan akhirnya menguji dan memvalidasi konten yang mereka buat. Lebih lanjut, ada penelitian lain yang telah dilakukan oleh Dila Umnia Soraya, (2025) yang mengatakan secara khusus, ada pengaruh yang signifikan antara pembelajaran kewirausahaan digital dan kreativitas mahasiswa.

Hasil ini menggarisbawahi pentingnya membina dan meningkatkan keterampilan imajinasi mahasiswa. Penelitian oleh Lettalei Lani Br et al. (2023) menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan merupakan salah satu faktor untuk meningkatkan keterampilan kreativitas mahasiswa. Diperkuat oleh penelitian Shendy Andrie Wijaya (2022) dari analisis hasil penelitian, tampak bahwa ada hubungan antara pembelajaran kewirausahaan dan konten media sosial mahasiswa, yang menunjukkan bahwa aspek kreativitas konten seperti kepercayaan diri, kreativitas dan keterlibatan mahasiswa dalam pembelajaran dapat memengaruhi kreativitas konten yang mereka hasilkan. Peneliti menyimpulkan bahwa inovasi sangat penting bagi wirausahawan untuk mempertahankan bisnis mereka dari waktu ke waktu. Keterampilan dalam konten kreatif dan kualitas pembelajaran juga membantu meningkatkan keterlibatan siswa dalam mengembangkan produk digital. Lebih lanjut, berbagai elemen pendidikan yang mendorong peningkatan inovasi produk digital siswa dapat dipraktikkan. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Digital dan Kreativitas Konten terhadap Inovasi Produk Digital Siswa SMK Negeri 40 Jakarta".

METODE PENELITIAN

Yusuf (2017), pendekatan kuantitatif merupakan suatu metode yang berasumsi bahwa perilaku manusia bersifat dapat diprediksi, terukur, dan objektif. Metode ini melibatkan metode penelitian kuantitatif, pengumpulan data melalui investigasi yang tidak taat, dan investigasi data yang terukur, yang kesemuanya mengarah pada pengujian spekulasi yang telah ditentukan sebelumnya (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan

metode survei. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 216 orang dari seluruh siswa kelas XI SMKN 40 Jakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini berdasarkan tabel Issac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5% sebanyak 140 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM PLS dengan perangkat lunak Smart PLS versi 4.0. Teknik analisis data yang digunakan terdiri dari analisis model pengukuran, analisis model struktural, dan pengujian hipotesis pengaruh langsung dan tidak langsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan angket kepada 140 siswa seluruh kelas XI SMKN 40 Jakarta dengan menggunakan media Google Form dengan distribusi sebagai berikut.

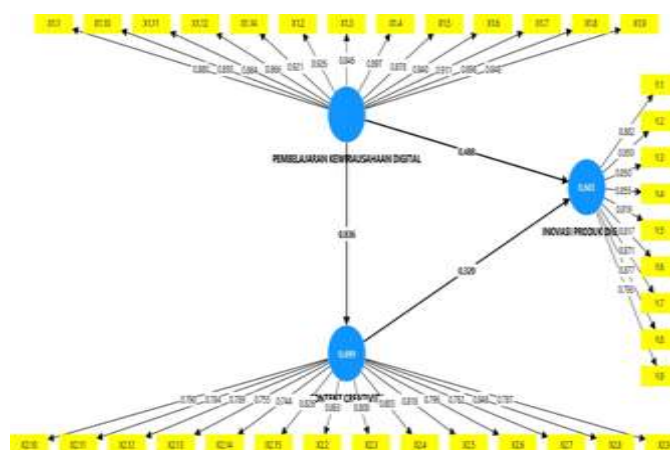
Tabel 1. Responden Data

Identitas Responden	Kategori	Jumlah Siswa	Presentase (%)
Kelas	XI MP	23	13.5
	XI DKV 1	23	13.5
	XI DKV 2	23	13.5
	XI BP	23	13.5
	XI AK	24	19.5
	XI RPL	24	19.5
Total		140	100

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa karakteristik responden tersebar pada 6 kelas di semua jurusan, yaitu kelas XI MP sebanyak 23 siswa atau 13,5%, kelas XI DKV 1 sebanyak 23 siswa atau 13,5%, kelas XI DKV 2 sebanyak 23 siswa atau 13,5%, kelas XI BP sebanyak 23 atau 13,5%, kelas XI AK sebanyak 24 atau 19,5%, dan di kelas XI RPL sebanyak 24 atau 19,5%. Karakteristik tersebut diambil secara profesional sesuai dengan jumlah keseluruhan siswa kelas XI, yaitu 216 siswa dengan distribusi jumlah siswa di setiap kelas yang merata, yaitu 36 siswa di semua kelas XII SMKN 40 Jakarta.

1. OUTER MODEL ANALYSIS



Gambar 1. Outer Model

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

a. Convergent Validity

Validitas konvergen digunakan untuk menilai validitas hubungan antara indikator dan berbagai konstruk atau variabel. Untuk validitas konvergen, faktor pemuatan harus melebihi 0,7 (Pering, 2020) agar suatu indikator dianggap valid, dan hasil semua indikator dalam penelitian ini telah melebihi 0,7 (terlihat pada gambar), sehingga dapat dikatakan semua indikator valid.

b. Discriminant Validity

Tujuan evaluasi validitas diskriminan adalah untuk memastikan bahwa konstruk reflektif memiliki dampak yang lebih signifikan dengan indikator spesifiknya dibandingkan dengan konstruk lain dalam model jalur PLS. Persyaratan untuk penilaian validitas diskriminan menyatakan bahwa nilai Rasio Heterotrait-Monotrait (HTMT) harus kurang dari 0,9 (Hair Jr dkk., 2021). Berikut adalah temuan dari penilaian validitas diskriminan.

Tabel 2. Discriminant Validity

	Pembelajaran Kewirausahaan Digital (X1)	Content Creativity (X2)	Inovasi Produk Digital (Y)
<i>Content Creativity</i>	0.858		
Inovasi Produk Digital	0.783	0.755	

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 2, nilai HTMT seluruh variabel menunjukkan nilai < 0,9 sehingga validitas diskriminan antara kedua konstruk reflektif terpenuhi.

c. Construct Reliability and Validity

Uji reliabilitas komposit bertujuan untuk menunjukkan bahwa suatu variabel reliabel, stabil, dan tepat dalam menilai konstruk dengan nilai di atas 0,7. Untuk mengevaluasi reliabilitas, digunakan faktor rata-rata varians yang diekstraksi (AVE) dan alfa Cronbach. Suatu variabel dianggap memiliki reliabilitas tinggi jika nilai Reliabilitas Komposit dan Alfa Cronbach lebih besar dari 0,7, dan nilai AVE lebih besar dari 0,5 (Pering, 2020).

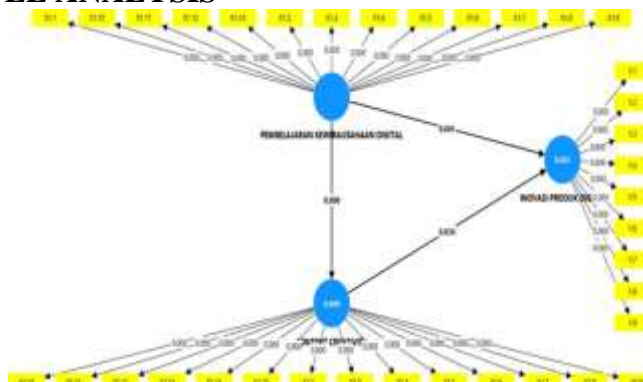
Tabel 3. Construct Reliability and Validity

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Pembelajaran Kewirausahaan Digital (X1)	0.975	0.976	0.978	0.773
<i>Content Creativity (X2)</i>	0.957	0.958	0.961	0.640
Inovasi Produk Digital (Y)	0.950	0.952	0.958	0.717

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa hasil uji composite reliability dan cronbach's alpha untuk seluruh variabel memiliki nilai > 0,7 dan nilai AVE > 0,5, sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang diajukan valid dan reliabel.

2. INNER MODEL ANALYSIS



Gambar 2. Inner Model

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

a. R-square

R-Square digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten endogen apakah memiliki pengaruh yang substantif. Selain itu, R-Square juga digunakan untuk melihat seberapa besar rasio variabel laten dependen dapat dijelaskan oleh variabel laten independen. Nilai R-Square sebesar 0,75 menunjukkan baik atau kuat, 0,50 menunjukkan sedang atau sedang, dan 0,25 menunjukkan lemah (Kaluara dkk., 2022). Berikut adalah hasil nilai R-Square dalam penelitian ini:

Tabel 4. R-Square

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
<i>Content Creativity (X2)</i>	0.699	0.697
Inovasi Produk Digital (Y)	0.603	0.597

Sumber: **Data diolah oleh peneliti (2025)**

- a. R-Square model jalur I = 0,699 yang berarti kemampuan konstruk variabel pembelajaran kewirausahaan dalam menjelaskan variabel kreativitas konten tergolong sedang atau moderat. Hal ini juga berarti variabel kreativitas konten dipengaruhi oleh variabel pembelajaran kewirausahaan digital sebesar 69%.
- b. R-Square model jalur II = 0,603 yang berarti kemampuan konstruk variabel pembelajaran kewirausahaan dan kreativitas konten dalam menjelaskan variabel inovasi produk digital tergolong sedang atau moderat. Hal ini juga berarti variabel inovasi produk digital dipengaruhi oleh variabel pembelajaran kewirausahaan digital dan kreativitas konten sebesar 60%.

b. F-square

F-Square digunakan untuk menentukan dampak relatif variabel independen terhadap variabel dependen. Ghazali dalam (Arifin dkk., 2023) menjelaskan hasil nilai F-Square sebesar 0,02 yang berarti lemah, 0,15 yang berarti sedang, dan 0,35 yang berarti kuat. Berikut adalah hasil nilai R-Square dalam penelitian ini:

Tabel 5. F-Square

	<i>Content Creativity (X2)</i>	Inovasi Produk Digital (Y)
Pembelajaran Kewirausahaan Digital (X1)	2.328	0.181
<i>Content Creativity (X2)</i>		0.078

Sumber: **Data diolah oleh peneliti (2025)**

- a. Pengaruh antara konstruk variabel pembelajaran kewirausahaan digital dengan konstruk kreativitas konten sebesar 2,328 > 0,35 berarti keduanya memiliki pengaruh yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pembelajaran kewirausahaan digital dapat meningkatkan kemampuan kreativitas konten mahasiswa secara substansial. Mahasiswa yang mendapatkan pembelajaran kewirausahaan digital memungkinkan kemampuan kreativitas konten yang lebih baik, karena mahasiswa mendapatkan teori atau pengetahuan yang baik dalam mendasari praktik yang dilakukan.
- b. Pengaruh antara konstruk variabel pembelajaran kewirausahaan digital dengan konstruk inovasi produk digital sebesar 0,181 < 0,35 berarti keduanya memiliki pengaruh yang sedang. Hal ini berarti pembelajaran kewirausahaan digital memiliki pengaruh positif yang nyata terhadap inovasi produk digital, meskipun pengaruhnya tidak terlalu besar. Ketika mahasiswa mendapatkan pembelajaran kewirausahaan digital, secara otomatis dapat mendukung peningkatan kemampuan pengetahuan mahasiswa tentang kewirausahaan digital. Hal ini menciptakan kepekaan yang lebih besar bagi mahasiswa

terhadap kelebihan dan kekurangan usaha atau produknya, kemudian secara tidak langsung menumbuhkan inovasi untuk mengembangkan produknya.

- c. Pengaruh antara variabel konstruk kreativitas konten dan konstruk inovasi produk digital sebesar $0,078 < 0,15$ berarti keduanya memiliki pengaruh yang lemah. Ini berarti kreativitas konten dan inovasi produk digital memiliki hubungan positif, tetapi pengaruhnya tidak terlalu besar. Meskipun mahasiswa yang memiliki kemampuan baik dalam pembuatan konten cenderung inovatif dalam pengembangan produk, faktor-faktor lain selain kreativitas konten juga cenderung memengaruhi inovasi dalam pengembangan produk digital.

c. Variance Inflation Factor (VIF)

Variance Inflation Factor (VIF) adalah uji yang digunakan untuk melihat seberapa kuat tingkat korelasi antara satu variabel dengan variabel lainnya. Berikut adalah hasil nilai VIF dalam penelitian ini:

Tabel 6. VIF

	<i>Content Creativity (X2)</i>	Inovasi Produk Digital (Y)
Pembelajaran Kewirausahaan Digital (X1)	1.000	3.328
<i>Content Creativity (X2)</i>		3.328

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada Tabel 6, variabel pembelajaran kewirausahaan digital terhadap kreativitas konten memiliki nilai 1.000. Variabel pembelajaran kewirausahaan terhadap inovasi produk digital memperoleh nilai 3.328. Variabel kreativitas konten terhadap inovasi produk digital memperoleh nilai 3.328. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki nilai VIF $< 5,00$, yang berarti tidak terdapat masalah multikolinearitas pada model korelasi penelitian ini.

3. Hipotesis

a. Direct Effect

Dalam pengujian hipotesis ini, diketahui dengan melihat nilai T-statistik. Jika T-statistik $> T$ -tabel atau nilai-P $< 0,05$, dapat diketahui bahwa pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen bersifat positif dan signifikan.

Tabel 7. Direct Effect

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T-statistics ((O/STDEV))</i>	<i>P-values</i>
Pembelajaran Kewirausahaan Digital -> Inovasi Produk Digital	0.488	0.496	0.149	3.284	0.001
<i>Content Creativity -> Inovasi Produk Digital</i>	0.320	0.314	0.153	2.096	0.036
Pembelajaran Kewirausahaan Digital -> Content Creativity	0.836	0.837	0.039	21.684	0.000

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

H1: Pembelajaran kewirausahaan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk digital siswa SMK Negeri 40 Jakarta.

Berdasarkan Tabel 7, variabel pembelajaran kewirausahaan digital terhadap inovasi produk digital memperoleh hasil sampel asli sebesar 0,488, sedangkan T-statistik sebesar

3,284 > 1,96, dan nilai-P sebesar 0,001 < 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa pembelajaran kewirausahaan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk digital.

H2. Kreativitas Konten berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk digital siswa SMK Negeri 40 Jakarta.

Berdasarkan Tabel 7, menunjukkan bahwa variabel kreativitas konten terhadap inovasi produk digital memperoleh hasil sampel asli sebesar 0,320, sedangkan T-statistik sebesar 2,096 > 1,96, dan nilai-P sebesar 0,036 < 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa kreativitas konten berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk digital.

H3. Pembelajaran kewirausahaan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kreativitas Konten siswa SMK Negeri 40 Jakarta.

Berdasarkan Tabel 7, terlihat bahwa variabel pembelajaran kewirausahaan digital terhadap kreativitas konten memperoleh hasil sampel asli sebesar 0,836, sedangkan T-statistik sebesar 21,684 > 1,96, dan nilai-P sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pembelajaran kewirausahaan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas konten.

b. Indirect Effect

Tabel 8. Indirect Effect

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T-statistics ((O/STDEV))</i>	<i>P-values</i>
Pembelajaran Kewirausahaan Digital -> Content Creativity -> Inovasi Produk Digital	0.268	0.261	0.125	2.136	0.033

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

H4. Terdapat pengaruh tidak langsung pembelajaran kewirausahaan digital terhadap inovasi produk digital melalui kreativitas konten siswa SMK Negeri 40 Jakarta.

Berdasarkan Tabel 8, terlihat bahwa variabel pembelajaran kewirausahaan digital terhadap inovasi produk digital melalui kreativitas konten memperoleh hasil sampel asli sebesar 0,268, dengan nilai T-statistik 2,136 > 1,96, dan nilai P sebesar 0,033 < 0,05. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pembelajaran kewirausahaan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk digital yang dimediasi oleh kreativitas konten.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut: 1) Terdapat pengaruh langsung yang positif dan signifikan antara Pembelajaran Kewirausahaan Digital terhadap Inovasi Produk Digital siswa X1 SMKN 40 Jakarta, dengan ini dinyatakan bahwa H1 diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat pembelajaran kewirausahaan yang dimiliki siswa, maka semakin tinggi pula inovasi produk digitalnya. 2) Terdapat pengaruh langsung yang positif dan signifikan antara Kreativitas Konten terhadap Inovasi Produk Digital siswa XI SMKN 40 Jakarta, dengan ini dinyatakan bahwa H2 diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi kreativitas konten yang dimiliki siswa, maka semakin tinggi pula inovasi produk digitalnya. 3) Terdapat pengaruh langsung yang positif dan signifikan antara Pembelajaran Kewirausahaan Digital terhadap

Kreativitas Konten siswa XI SMKN 40 Jakarta, dengan ini dinyatakan bahwa H3 diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat pembelajaran kewirausahaan digital yang dimiliki siswa, maka semakin tinggi pula kreativitas kontennya. 4) Terdapat pengaruh tidak langsung yang positif dan signifikan antara Pembelajaran Kewirausahaan Digital dengan Inovasi Produk Digital melalui Kreativitas Konten siswa XI SMKN 40 Jakarta, dengan ini dinyatakan H4 diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi pembelajaran kewirausahaan digital siswa, maka semakin tinggi pula kreativitas konten yang dimilikinya. Maka ada beberapa rekomendasi yang dapat penulis berikan, yaitu: 1) Perlu diadakan pelatihan oleh pihak sekolah kepada siswa yang sulit mengasah kemampuan siswanya, agar siswa dapat terbiasa menganalisis atau menciptakan ide-ide baru yang tinggi. 2) Perlu adanya ruang kreatif yang lebih banyak diberikan kepada siswa. Guru kelas dapat melakukan kegiatan tambahan, karena kegiatan praktik tambahan dapat membuat siswa memahami contoh konten kreatif dan dibutuhkan di kemudian hari. 3) Perlu adanya izin dan perluasan posting ke media sosial oleh siswa.

REFERENSI

- Fahmi. (2022). Pengaruh Pembelajaran Sistem Blok dengan Pendekatan Project Based Learning Terhadap Kesiapan Kerja Peserta Didik Program Keahlian Kuliner SMKN 9 Padang. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(4), 4349-4360.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer Nature.
- Kaluara, D., Walawengko, E., & Tumangkeng, S. (2022). Pengaruh Penerimaan Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Melalui Belanja Daerah Sebagai Variabel Intervening Di Provinsi Sulawesi Utara (2010-2019). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 22 No. 3, 74–85.
- Kusuma, Ms. S., Bansu Irianto Ansori, Me., Usman, M., Said Ali Akbar, Mp., Rafsanjani, Ms. T., Kes Munawir, M., Vera Viena, M., Marisa Yoestara, M., Zulfan, M., & Zaiyana Putri, M. (n.d.). *Pembicara*.
- Pering, I. M. A. A. (2020). Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (Sem) Smart-Pls 3.0. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 28–48.
- Putra, P., Sulastrri, P., & Rustini, T. (2022). NILAI DAN MODEL PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DI SEKOLAH DASAR. *Jurnal Guru Kita PGSD*, 7(1), 125–135.
- Putri, M., Sagala, S. V. P., & Maysaroh, M. (2022). Peran Guru Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). *Syntax Idea*, 4(2), 390–397.
- Rasam, F. (2021). Pendidikan kewirausahaan: Konsep, karakteristik dan Implikasi dalam Memandirikan generasi Muda. *PILAR*, 11(1).
- Raya, U. N. (2024). *Efektivitas layanan penguasaan konten dalam meningkatkan kreativitas belajar*, 3(2), 16-29.
- Smith, & R. Akmalia, D. E. (2023). Pentingnya Evaluasi Peserta Didik dalam Proses Pembelajaran. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 5(1), 4089-4092. Retrieved from <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/11661/8945>
- Soepomo. (2022). Pelatihan Digital Marketing Dan Inovasi Produk Guna Meningkatkan Daya Saing Umkm Ikan Pedo Serbuk. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(2), 2405.
- Sunyanto. (2020). Implementasi pendidikan kewirausahaan dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha siswa di MAN 1 Lamongan (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri
- Sutiono. (2021). Kesesuaian Rencana Pelaksanaan Pembelajaran Dan Proses Pembelajaran. *Jurnal Pesona Dasar*, 6(2), 55-65.
- Suyono. (2022). Pengaruh tingkat pendidikan dan motivasi wirausaha terhadap penggunaan *bootstrap financing*. *Journal of Business & Banking*, 5(1), 1–12.
- Wirawan. (2021). *Inovasi Pendidikan dengan Memanfaatkan Teknologi Digital dalam Upaya Menyongsong Era Revolusi Industri 4.0*, 2, 599.

Yusuf, B., & Risdwiyanto, A. (2021). Kiprah Aktor Warganet Melalui Media Sosial Dalam Pemasaran Digital: Studi Kasus Pada #Hondabeat. Jurnal *Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*,