

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

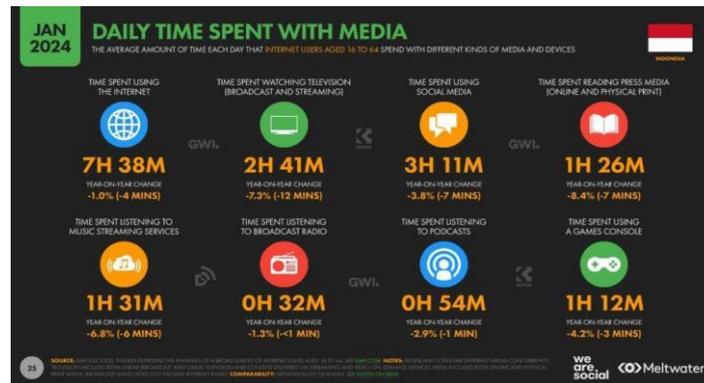
Pembelajaran wirausaha berbasis komputer menjadi salah satu kunci dalam meningkatkan kemampuan siswa, terutama di era modern saat ini. Perkembangan teknologi yang cepat membuka peluang bagi generasi muda untuk berinovasi dalam produk komputer. Di SMK, pembelajaran ini bertujuan untuk menyiapkan siswa agar memiliki keterampilan wirausaha berbasis teknologi dan dapat bersaing di industri komputerisasi. Seiring dengan meningkatnya permintaan akan produk inovatif, kreativitas siswa dalam menciptakan konten *advanced* menjadi faktor penting dalam mendukung inovasi tersebut. Kreativitas dalam menciptakan konten memungkinkan siswa untuk mengembangkan produk komputerisasi yang lebih menarik dan relevan dengan kebutuhan pasar saat ini (Sutiono, 2021)

Selain itu, pembelajaran kewirausahaan tingkat lanjut diharapkan tidak hanya meningkatkan pengetahuan teknis, tetapi juga menumbuhkan pola pikir inovatif. Inovasi dalam produk komputer dapat meningkatkan nilai tambah dan daya saing di pasar. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk melihat pengaruh pembelajaran kewirausahaan *advanced* dan *content creativity* terhadap inovasi produk *computerized*.

Khususnya di SMKN 40 Jakarta menemukan salah satu masalah dalam jam pembelajaran pada mata pelajaran kewirausahaan digital yang sangat

minim, Serta tidak setara dengan jumlah jam pada mata pelajaran lain, Sehingga menimbulkan rasa yang kurang inovatif dalam kewirausahaan digital. Selain itu kantin yang digunakan pada SMKN 40 Jakarta masih menggunakan pembayaran secara manual dalam market bisnis, Sehingga kurangnya penciptaan ide dalam hal website pembelajaran bagi siswanya. Dalam hal penciptaan *content creativity* dalam pembelajaran kewirausahaan digital ini dinilai mampu memberikan gambaran bagi siswa untuk mengikuti lomba dalam ajang tingkat secara nasional dengan menggunakan inovasi produk digital siswa yang mampu mereka kembangkan yang nantinya sertifikat kemenangan mampu membawa mereka ke jenjang perguruan tinggi negeri dalam jalur prestasi. Kesederhanaan teknologi modern juga memotivasi mahasiswa untuk menemukan wawasan tambahan terkait studi kewirausahaan digital. Salah satu caranya adalah melalui konten media sosial.

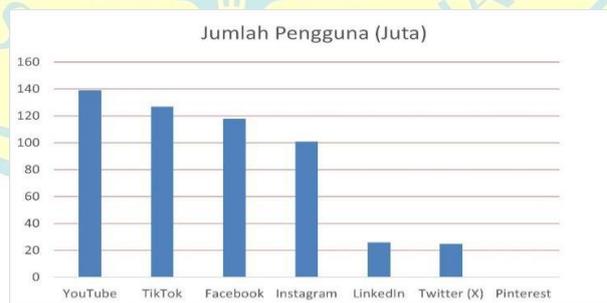
Menurut (Fahmi, (2022)) Saat ini, mahasiswa cenderung mencari pekerjaan daripada memulai usaha sendiri. Hal ini terungkap dalam sebuah proyek penelitian sederhana oleh para akademisi di sebuah lembaga kejuruan di Jakarta, di mana mereka mengamati bahwa mahasiswa lebih memilih bekerja sebagai karyawan daripada memulai bisnis, karena melihat kewirausahaan sebagai hal yang lebih menantang. Situasi ini mungkin muncul karena kekurangan dalam kurikulum dan unsur pendidikan, yang menyebabkan kurangnya kesiapan untuk pendekatan yang lebih efektif dalam meningkatkan standar pembelajaran digital.



**Gambar 1.1 Tren Data Pengguna Internet dan Media Digital di Indonesia Tahun 2024**

Sumber: [andi.link.hootsuite](https://andi.link/hootsuite) (2024).

Berdasarkan gambar 1.1 di atas menunjukkan bahwa terdapat kecenderungan positif dalam pertumbuhan digital di Indonesia. Dapat dilihat bahwa jumlah pengguna internet terus meningkat dari tahun ke tahun, mencapai 212,9 juta pengguna (128% dari total populasi) pada tahun 2024. Selain itu, jumlah pengguna media sosial aktif terus bertambah, mencapai 167 juta pengguna (60,4% dari total populasi). Begitu pula dengan data pengguna di berbagai platform tahun 2024 menunjukkan peningkatan seperti yang disajikan oleh tabel dibawah ini.



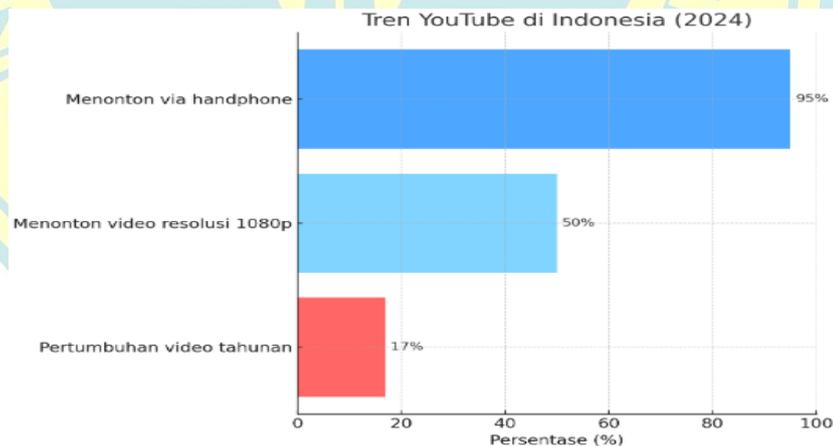
**Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Berbagai Platform 2024**

Sumber: [slice.id/blog](https://slice.id/blog) (2024).

Seiring dengan pesatnya pertumbuhan jumlah pengguna media sosial, hal ini berdampak besar pada berbagai industri di Indonesia. Baik bisnis maupun individu memiliki peluang untuk memanfaatkan tren ini guna

mengembangkan produk dan layanan digital kreatif yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Hal ini juga memberikan peluang bagi para pengusaha untuk memperluas usaha digital mereka, baik melalui aplikasi, platform, maupun penawaran daring lainnya.

Namun, inisiatif untuk mendorong inovasi produk digital melalui pendidikan kewirausahaan digital masih sangat terbatas. Padahal, pendidikan kewirausahaan digital memegang peranan penting. Sebuah studi dasar yang dilakukan oleh para peneliti terhadap siswa di sebuah Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) negeri di Jakarta menunjukkan bahwa pembelajaran tentang kewirausahaan digital sangat membantu mereka dalam mengumpulkan informasi tentang tren pasar terkini. Pembelajaran kewirausahaan digital juga membantu mereka untuk mengetahui cara memasarkan produk dengan optimal (Wirawan, 2021)



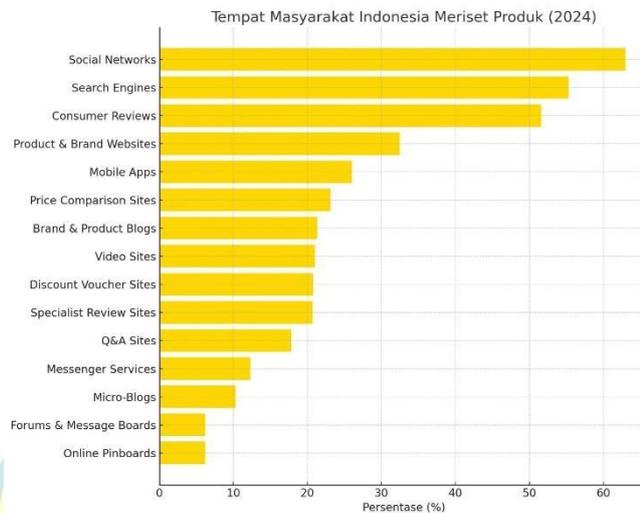
**Gambar 1. 3 Demografi Tren Youtube di Indonesia Tahun 2024**

Sumber: [slice.id/blog](https://slice.id/blog) (2024).

Adanya peningkatan tren di media sosial terutama aplikasi tertinggi di Indonesia seperti aplikasi youtube. Hal ini mampu mencerminkan aksesibilitas dan fleksibilitas platform ini. Fakta ini memberikan peluang

besar bagi siswa SMK untuk berkreasi membuat konten yang ramah mobile, seperti video pendek, tutorial, atau vlog yang dapat diakses dengan mudah di perangkat genggam.

Dikutip dari (Slice, 2023) berdasarkan survei melalui hastag di media sosial aplikasi youtube. Berdasarkan hasil survei tersebut, ditemukan hingga 50% pengguna memilih untuk melihat video dalam resolusi tinggi (1080p). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas visual berperan penting dalam menarik minat penonton. Siswa sekolah kejuruan dapat memanfaatkan wawasan ini dengan menghasilkan konten visual berkualitas tinggi, menguasai keterampilan pengambilan gambar dan pengeditan video untuk meningkatkan daya tarik dan profesionalisme pekerjaan mereka. Menggunakan elemen audio-visual yang kreatif dan menarik juga dapat memberikan siswa keunggulan kompetitif dalam langkap digital. Data tersebut juga menunjukkan bahwa jumlah video yang diunggah ke youtube meningkat sebesar 17% setiap tahunnya, mencerminkan pesatnya perluasan konten di platform tersebut. Pertumbuhan ini memaksa siswa sekolah kejuruan untuk lebih inovatif dalam mengembangkan konten yang khas dan relevan agar menonjol di antara berbagai materi yang tersedia. Dengan mengenali tren ini, siswa dapat bereksperimen dengan berbagai format dan tema konten, seperti pendidikan, hiburan, atau promosi produk, untuk menyampaikan ide-ide mereka secara kreatif di platform yang terus berkembang ini.



**Gambar 1. 4 Data Pengguna Media Sosial Meneliti Produk Tahun 2024**

Sumber: [datareportal.slice.id](https://datareportal.slice.id) (2024).

Gambar di atas menyajikan data tentang preferensi individu Indonesia dalam riset produk untuk tahun 2024. Informasi tersebut menggambarkan berbagai platform yang digunakan untuk mencari informasi produk, termasuk media sosial, mesin pencari, ulasan konsumen, situs web merek, dan banyak lagi. Wawasan ini khususnya relevan bagi siswa sekolah menengah kejuruan saat mereka mengembangkan inovasi produk digital, memamerkan perilaku konsumen dan saluran informasi utama.

Media sosial menempati peringkat pertama, dengan 63% individu menggunakannya untuk riset produk, yang menunjukkannya sebagai platform utama untuk mengumpulkan informasi produk. Siswa sekolah menengah kejuruan dapat memanfaatkan data ini untuk berinovasi secara efektif dalam strategi pemasaran produk digital di media sosial, seperti menghasilkan konten kreatif, kampanye yang menarik, atau bermitra dengan influencer. Memahami tren ini memungkinkan siswa untuk mengembangkan

produk digital yang menarik secara visual dan dapat memanfaatkan potensi besar media sosial sebagai sumber daya pemasaran.(Fahmi, 2022)

Peringkat kedua adalah mesin pencari, sebesar 55,3%, diikuti oleh ulasan konsumen sebesar 51,6%. Hal ini menunjukkan ketergantungan yang kuat pada informasi faktual dan opini untuk pengambilan keputusan. Siswa sekolah menengah kejuruan memiliki kesempatan untuk berinovasi dengan menciptakan produk digital yang meningkatkan kepercayaan konsumen, dengan menyertakan fitur-fitur seperti ulasan pengguna, testimoni, atau informasi produk yang jelas. Lebih jauh lagi, mengoptimalkan produk untuk SEO (Search Engine Optimization) dapat menyediakan visibilitas di mesin sosial, sehingga memudahkan akses bagi pasar sasaran.

Selain itu, situs web merek (32,5%) dan aplikasi seluler (26%) berfungsi sebagai platform penting dalam penelitian produk. Siswa sekolah menengah kejuruan dapat mengembangkan produk digital inovatif seperti aplikasi interaktif atau situs web yang menawarkan pengalaman pengguna yang menarik dan informatif. Dengan mengintegrasikan desain responsif, fitur interaktif, dan konten visual yang menarik, siswa dapat menciptakan produk digital yang kompetitif dan relevan. Data ini menjadi sumber daya yang berharga bagi siswa sekolah menengah kejuruan untuk merancang produk digital yang selaras dengan preferensi dan kebutuhan konsumen di era digital.

Wirawan (2021) menyatakan bahwa siswa SMK menciptakan peluang bagi mereka untuk mengembangkan kemampuan content creativity dan

inovasi digital. Dengan peningkatan dalam berbagai aspek, siswa SMK dapat termotivasi untuk terus berinovasi, mengembangkan keterampilan digital, dan menciptakan konten kreatif dan berdampak. Hal ini tidak hanya membuka peluang karir, tetapi juga mendorong mereka untuk menjadi bagian dari transformasi digital yang sedang terjadi. Pembelajaran kewirausahaan digital ini bersamaan dengan peningkatan keterampilan dan pemahaman peserta didik dalam menghasilkan inovasi-inovasi yang bernilai ekonomis dan dapat membantu masyarakat sekitar.

Peneliti melakukan pra-riset terhadap 36 siswa untuk mengetahui dan menganalisis keadaan sebenarnya mengenai suatu inovasi produk digital terhadap seorang siswa. Berdasarkan penyebaran kuesioner, diperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 1. 1 Hasil Pra-riset Kepada 36 Siswa**

No	Faktor yang mendasari	Pernyataan	Jawaban	
			Ya	Tidak
1.	Pembelajaran Kewirausahaan Digital	Apakah Anda merasa pembelajaran kewirausahaan digital di sekolah membantu memahami konsep dasar kewirausahaan?	94,4 %	5,6%
2.	Content Creativity	Apakah Anda merasa mampu menghasilkan ide-ide baru untuk konten digital?	89,2%	10,8%
3.	Lingkungan Sekolah	Apakah Anda merasa nyaman dengan suasana di lingkungan sekolah?	51,4%	48,6%
4.	Peran Guru	Apakah Anda merasa bahwa guru di sekolah Anda memberikan bimbingan yang cukup dalam proses belajar?	54,6%	46,4%
5.	Proses Administrasi	Apakah staf administrasi sekolah memberikan bantuan yang cukup dalam mengurus kebutuhan administrasi?	51,4%	48,6%

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

Berdasarkan hasil pra-riset yang sudah dilakukan peneliti, terdapat hasil 34 dari 36 orang yang mampu berkomitmen dalam menyelesaikan suatu pembelajaran kewirausahaan digital (94,4%). Dari 5 (lima) factor yang telah

diuji, terdapat 2(dua) faktor yang berpengaruh terhadap inovasi produk digital, yaitu Pembelajaran Kewirausahaan Digital (94,4%) dan Content Creativity (89,2%). Kedua Komponen-komponen ini dianggap vital dan mempunyai pengaruh besar terhadap pengembangan item tingkat lanjut siswa.

Berdasarkan wawancara singkat yang sudah dilakukan oleh peneliti, saat bertanya kepada salah satu narasumber BS apakah ia merasa pembelajaran kewirausahaan digital berpengaruh terhadap inovasi produk digital, ia menjawab “Pembelajaran Kewirausahaan itu memiliki pengaruh besar atau diperlukan didalam sebuah pembelajaran, karena apabila kita mempunyai pembekalan tentang pembelajaran kewirausahaan maka dalam melaksanakan suatu inovasi produk akan lebih efektifitas tinggi. “Lalu pada wawancara singkat dengan narasumber NC, apakah *content creativity* itu bisa mempengaruhi suatu inovasi produk digital siswa, ia menjawab “Hal yang menumbuhkan inovasi pada dalam diri siswa yaitu imajinasi dengan melihat konten konten dalam media sosial secara kreatif sehingga mempengaruhi inovasi produk digital siswa.”

Dalam pendidikan kewirausahaan daring ini, mereka yang terlibat menyatakan reaksi positif terhadap keinginan dan kemampuan mereka untuk membangun bisnis. Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan digital harus berfungsi sebagai wadah bagi peserta didik untuk meningkatkan inovasi produk digital dan menyempurnakan keterampilan kewirausahaan mereka (Karsim, 2023).

Peneliti menyimpulkan bahwa memiliki inovasi sangat penting bagi para wirausahawan untuk mempertahankan bisnis mereka dari waktu ke waktu. Keterampilan dalam konten kreatif dan kualitas pembelajaran juga membantu dalam meningkatkan keterlibatan siswa dalam mengembangkan produk digital. Lebih jauh, berbagai elemen pendidikan yang mendorong peningkatan inovasi produk digital siswa dapat dipraktikkan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Digital dan *Content Creativity* terhadap Inovasi Produk Digital Siswa SMK Negeri 40 Jakarta”.

## 1.2. Rumusan Penelitian

Berdasarkan penggambaran latar belakang permasalahan di atas, maka dapat dibedakan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh pembelajaran kewirausahaan digital terhadap inovasi produk digital siswa SMKN 40 Jakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh *content creativity* terhadap inovasi produk digital siswa SMKN 40 Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh langsung antara Pembelajaran Kewirausahaan Digital terhadap *Content Creativity* siswa SMKN 40 Jakarta?
4. Apakah terdapat pengaruh tidak langsung antara Pembelajaran Kewirausahaan Digital terhadap Inovasi Produk Digital melalui *Content Creativity* siswa SMKN 40 Jakarta?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Dari pernyataan penelitian yang sudah dipaparkan, tujuan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh pembelajaran kewirausahaan digital terhadap inovasi produk digital siswa SMKN 40 Jakarta.
2. Menganalisis pengaruh *content creativity* terhadap inovasi produk digital siswa SMKN 40 Jakarta.
3. Menganalisis pengaruh langsung antara Pembelajaran Kewirausahaan Digital terhadap *Content Creativity* siswa SMKN 40 Jakarta.
4. Menganalisis terdapat pengaruh tidak langsung antara Pembelajaran Kewirausahaan Digital terhadap Inovasi Produk Digital melalui *Content Creativity* siswa SMKN 40 Jakarta.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi siapa pun yang terlibat di dalamnya, baik secara khusus maupun secara tersirat terkait dengan subjek. Manfaat dari penelitian ini adalah:

#### 1. Bagi Guru

Hasil penelitian ini sebagai saran dan masukan agar dapat meningkatkan kualitas pembelajaran kewirausahaan digital untuk menambah intensi inovasi produk digital peserta didik.

#### 2. Bagi Peserta didik

Sebagai saran dan masukan agar peserta didik dapat meningkatkan *content creativity* dan inovasi produk digital.

### 3. Bagi Peneliti

Sebagai pengembangan dan peningkatan kualitas diri agar di kemudian hari dapat menjadi pendidik yang berkualitas.

### 4. Bagi Pembaca

Hasil pemikiran ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan untuk memperluas pengetahuan, pemahaman, dan data, serta memberi pengguna gambaran tentang keajaiban yang terjadi antara Pembelajaran Bisnis Digital, Imajinasi Substansi, dan Pengembangan Produk Digital, sehingga pelajaran dan kegiatan dapat diambil untuk mencapai hasil pembelajaran yang lebih baik.

### 5. Bagi Peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan acuan dan pembelajaran, serta sebagai acuan bagi analis tingkat lanjut yang akan melakukan penelitian penting.

