

***THE INFLUENCE OF DIGITAL BUSINESS AND CREATIVE
ENTREPRENEURIAL PRODUCT INSTRUCTION ON THE
ENTREPRENEURIAL INTEREST OF ACCOUNTING STUDENTS AT SMKN 1
NGABANG***

**PENGARUH PEMBELAJARAN BISNIS DIGITAL DAN PEMBELAJARAN
PRODUK KREATIF KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA PESERTA DIDIK JURUSAN AKUNTANSI DI SMKN 1
NGABANG**

Kristiyadi Arista Agata Epa¹, Syamsuri², Husni Syahrudin³
Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Tanjungpura Pontianak^{1,2}
agathaefa06@gmail.com¹

ABSTRACT

The objectives of this study are to analyze: 1) The influence of digital business learning on the entrepreneurial interest of accounting students at SMKN 1 Ngabang. 2) The influence of creative product and entrepreneurship learning on the entrepreneurial interest of accounting students at SMKN 1 Ngabang. 3) The influence of digital learning and creative product and entrepreneurship learning on the entrepreneurial interest of accounting students at SMKN 1 Ngabang. The research approach is quantitative research using the causal method. The sample in this study consists of 51 accounting students, with data collected through questionnaires. The data were analyzed Digital business learning influences entrepreneurial interest with a value of $7.206 > 2.003$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. 2) Creative product and entrepreneurship learning influences entrepreneurial interest with a value of $2.564 > 2.003$ and a significance value of $0.013 < 0.05$. 3) Digital business learning and creative product and entrepreneurship learning together influence the entrepreneurial interest of accounting students at SMKN 1 Ngabang with a value of $41,296 > 3,17$ and a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Digital Business Learning, Creative Product Entrepreneurship Learning, Entrepreneurial Interest

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha mahasiswa melalui studi literatur. Literasi digital dipandang sebagai keterampilan kunci dalam era ekonomi berbasis teknologi, yang mencakup kemampuan mengakses, memahami, dan memanfaatkan informasi digital untuk mendukung aktivitas bisnis. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literature. Data dikumpulkan dengan cara menelusuri referensi di internet, kajian terhadap berbagai artikel, jurnal menunjukkan bahwa literasi digital berkontribusi positif terhadap minat berwirausaha dan berpengaruh positif juga terhadap variabel lain dalam peningkatan kreativitas, inovasi, serta kepercayaan diri mahasiswa dalam memulai usaha. Literasi digital juga memperluas akses pasar, mempercepat proses pemasaran, dan membuka peluang usaha baru berbasis teknologi. Namun, tantangan berupa kesenjangan akses teknologi, rendahnya pemahaman keamanan digital, serta keterbatasan integrasi literasi digital dalam kurikulum pendidikan tinggi masih menjadi hambatan. Hasil kajian menegaskan perlunya dukungan institusi pendidikan dalam memperkuat kompetensi digital mahasiswa sebagai bekal menghadapi persaingan global untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa.

Kata kunci: Pembelajaran Bisnis Digital, Pembelajaran Produk Kreatif Kewirausahaan, Minat Berwirausaha

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital dan kewirausahaan menjadi fondasi penting bagi generasi muda untuk berinovasi dan menciptakan lapangan kerja sendiri. Laporan World Economic Forum (2025) menegaskan bahwa lebih dari 50%

pekerjaan masa depan akan terkait keterampilan digital dan kewirausahaan, yang berpotensi menurunkan pengangguran muda hingga 20%. (Kraiem, 2024) Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan pendidikan vokasi yang tidak hanya ditujukan untuk

memberikan keterampilan teknis, tetapi juga untuk menumbuhkan minat kewirausahaan. (Santika et al., 2023) menegaskan bahwa pendidikan kejuruan di Indonesia, memiliki posisi strategis dalam menyiapkan lulusan yang tidak hanya siap kerja (*job ready*), tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja (*job creator*). Namun berdasarkan data empiris dari BPS (2025) menunjukkan bahwa tingkat pengangguran terbuka (TPT) tertinggi masih berasal dari lulusan SMK, yaitu sekitar 8,63%. Sementara itu, lulusan universitas mencatat TPT sebesar 5,39%, dan lulusan SMA umum sebesar 6,88%, hal ini yang menjadi perhatian bagi pemerintah dimana lulusan SMK yang telah dibekali ilmu kewirausahaan justru menjadi penyumbang pengangguran terbesar.

Dalam konteks ini, pembelajaran bisnis digital dan produk kreatif kewirausahaan di SMK Negeri 1 Ngabang menjadi strategi penting untuk menumbuhkan minat berwirausaha siswa. Teori Albert Bandura tentang *observational learning* menegaskan bahwa perilaku baru terbentuk melalui pengamatan dan pemodelan, sehingga pengalaman belajar berbasis praktik digital dan kreatif dapat mendorong siswa untuk berani berwirausaha. Data pra-riset menunjukkan 60% siswa mulai berminat berwirausaha setelah mengikuti mata pelajaran tersebut, meski masih ada kelompok yang ragu atau tidak berminat. Hal ini menegaskan perlunya penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh simultan pembelajaran bisnis digital dan produk kreatif kewirausahaan terhadap minat berwirausaha peserta didik jurusan akuntansi di SMK Negeri 1 Ngabang.

(Arni et al., 2022:11) Minat berwirausaha didefinisikan sebagai kondisi pikiran seseorang dalam keadaan sadar yang mendahului suatu tindakan

untuk memfokuskan dalam melakukan sesuatu tindakan kewirausahaan seperti dalam memulai usaha. (Rahayu & Laela, 2018) Minat berwirausaha menjadi keinginan seseorang untuk bekerja secara mandiri serta motivasi, ketertarikan, keinginan, dan kesiapan untuk mengambil inisiatif dan bekerja keras untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa takut mengambil Risiko. (Chabib & Sulistyowati, 2021) Pembelajaran bisnis digital memberikan wawasan tentang cara menjalankan bisnis secara online. (Oktary et al., 2019) Pembelajaran produk kreatif dan kewirausahaan (PKK) merupakan perubahan dari pembelajaran yang semulanya ada pada kurikulum KTSP disebut sebagai pembelajaran prakarya dan kewirausahaan (PKWU).

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, digunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional. (Rahim et al., 2021:1) Penelitian kuantitatif adalah tipe penelitian yang sangat bergantung pada angka, mulai dari mengumpulkan data, menganalisis data tersebut, hingga hasil yang didapat dari data. Di samping itu, pada tahap pengambilan kesimpulan, penelitian kuantitatif akan lebih efisien jika disertai dengan tabel, diagram, atau grafik. Dalam penelitian ini, pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen diukur dengan pendekatan korelasional mengukur hubungan antar variabel. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pembelajaran bisnis digital dan pembelajaran produk kreatif kewirausahaan, sedangkan variabel dependen adalah minat berwirausaha.

Penelitian ini dilakukan di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Ngabang, beralamat di Jalan Padat Karya, Kelurahan Hilir Kantor, Kecamatan Ngabang, Kabupaten Landak, Provinsi Kalimantan Barat dengan kode pos

79357. Berikut ini adalah perhitungan populasi dan sampel penelitian:

Tabel 1 Jumlah Populasi Penelitian

No	Kelas	Jumlah Siswa		Total
		Perempuan	Laki-Laki	
1	XI AK A	27	8	35
2	XI AK B	26	7	33
3	XII AK A	21	11	32
4	XII AK B	26	6	32
Total		100	32	132

Sumber: Data olahan 2026

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Proportional random sampling sebagai teknik pengambilan sampel. Menurut (Yusuf, 2021:162) menyatakan bahwa Proportional random sampling adalah sebuah Teknik penarikan sampel dimana jumlah sampel masing-masing strata sebanding dengan jumlah populasi pada masing-masing strata. Peneliti akan meneliti peserta didik kelas XI dan XII yang dimana peserta didik yang menjadi sampel dipilih secara acak. Rumus untuk menentukan berapa jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin (Wahyudi et al., 2023:174) yaitu:

$$n = \frac{132}{1 + 132 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{132}{1 + 132 0,01}$$

$$n = \frac{132}{1 + 1,32}$$

$$n = \frac{132}{2,32}$$

$n = 56,9$ maka dibulatkan menjadi 57 orang

Jadi sampel pada penelitian ini berjumlah 57 orang. Maka untuk menentukan jumlah sampel setiap kelasnya menggunakan rumus sebagai berikut:

Tabel 2 Jumlah Sampel Penelitian

No	Kelas/Jurusan	Jumlah Siswa	Rumus	Sampel
1	XI AK A	35 Siswa	$57 \times 35 / 132$	15 Siswa
2	XI AK B	33 Siswa	$57 \times 33 / 132$	14 Siswa
3	XII AK A	32 Siswa	$57 \times 33 / 132$	14 Siswa
4	XII AK B	32 Siswa	$57 \times 31 / 132$	14 Siswa
Total		132 Siswa		57 Siswa

Alat pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner dan dokumentasi untuk mengumpulkan bukti dokumentasi di lapangan, Angket atau kuesioner pada penelitian ini menggunakan Skala Likert. Menurut (Yusuf, 2021:222) menyatakan bahwa, model skala likert

Tabel 3 Skala Likert

No	Indikator	Nilai/Skor	
		Positif	Negatif
1	Sangat Setuju	5	1
2	Setuju	4	2
3	Ragu-Ragu	3	3
4	Tidak Setuju	2	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	5

(Yusuf, 2021:222)

HASIL

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness.

Tabel 4 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pembelajaran Bisnis Digital	57	20,00	100,00	59,05	20,85
Pembelajaran Produk Kreatif Dan Kewirausahaan	57	18,00	90,00	60,12	16,48
Minat Berwirausaha	57	30,00	125,00	78,11	23,64

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4 analisis deskriptif menunjukkan karakteristik distribusi data untuk masing-masing variabel penelitian. Untuk variabel X1, dengan jumlah responden sebanyak 57 orang, diperoleh nilai rata-rata sebesar 59,05 dengan standar deviasi 20,85. Nilai minimum sebesar 20,00 dan nilai maksimum sebesar 100,00 menunjukkan rentang data yang cukup lebar, yang mengindikasikan adanya variasi yang tinggi dalam tanggapan responden terhadap variabel X1. Standar deviasi sebesar 20,85 menunjukkan bahwa penyebaran data cukup bervariasi dari nilai rata-ratanya. Untuk variabel X2, diperoleh nilai rata-rata sebesar 60,12 dengan standar deviasi 16,48. Nilai minimum sebesar 18,00 dan nilai maksimum sebesar 90,00 juga menunjukkan adanya variasi dalam tanggapan responden, meskipun standar deviasinya lebih kecil dibandingkan variabel X1, yang mengindikasikan bahwa data variabel X2 relatif lebih homogen. Sementara itu, untuk variabel Y, diperoleh nilai rata-rata sebesar 78,11 dengan standar deviasi 23,64. Nilai minimum sebesar 30,00 dan nilai maksimum sebesar 125,00 menunjukkan rentang yang paling lebar di antara ketiga variabel, dengan standar deviasi yang paling besar pula, yang mengindikasikan bahwa variabel Y memiliki variasi data yang paling tinggi. Secara keseluruhan, ketiga variabel menunjukkan adanya variasi yang cukup baik dalam tanggapan responden, yang penting untuk analisis regresi selanjutnya.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, Monte Carlo, dan Shapiro-Wilk terhadap unstandardized residual dengan jumlah sampel sebanyak 57 responden. Hasil pengujian disajikan pada tabel berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas

Pengujian	Statistik	d f	Sig.	Keterangan
Kolmogorov-Smirnov	0,100	57	0,200	Normal
Monte Carlo (2-tailed)	—	57	0,596	Normal
Shapiro-Wilk	0,967	57	0,124	Normal

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200 ($p > 0,05$). Karena nilai tersebut merupakan lower bound dengan koreksi Lilliefors, maka dilakukan konfirmasi menggunakan uji Monte Carlo yang menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,596 dengan interval kepercayaan 99% berada pada rentang 0,583 hingga 0,608. Hasil uji Shapiro-Wilk juga menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,124 ($p > 0,05$). Ketiga pendekatan pengujian secara konsisten menunjukkan nilai signifikansi di atas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

b. Uji Linearitas

Kriteria pengujian adalah jika nilai signifikansi pada Linearity kurang dari 0,05 dan nilai signifikansi pada Deviation from Linearity lebih besar dari

0,05 maka terdapat hubungan yang linier.

Tabel 6 Uji Linearitas X1 Terhadap Y

	F	Sig.
Linearity	57,239	0,000
Deviation from Linearity	0,765	0,757

Hasil uji linieritas antara variabel Y terhadap variabel X1 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linier dan signifikan antara kedua variabel tersebut. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung pada Linearity sebesar 57,239 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang jauh lebih kecil dari 0,05, yang mengindikasikan bahwa hubungan linier antara Y dan X1 sangat kuat dan signifikan secara statistik. Selain itu, nilai signifikansi pada Deviation from Linearity sebesar 0,757 yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa tidak ada penyimpangan yang signifikan dari hubungan linier, atau dengan kata lain, hubungan antara Y dan X1 memang berbentuk linier dan tidak mengikuti pola non-linier. Dengan terpenuhinya kedua kriteria ini, yaitu signifikansi Linearity yang kurang dari 0,05 dan signifikansi Deviation from Linearity yang lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa asumsi linieritas antara variabel Y dan X1 telah terpenuhi, sehingga analisis regresi linier dapat dilakukan dengan tepat untuk menjelaskan hubungan antara kedua variabel tersebut.

Tabel 7. Uji linearitas X2 Terhadap Y

	F	Sig.
Linearity	22,328	0,000
Deviation from Linearity	1,632	0,124

Hasil uji linieritas antara variabel Y terhadap variabel X2 juga menunjukkan adanya hubungan yang linier dan signifikan. Nilai F hitung pada Linearity sebesar 22,328 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari

0,05 mengindikasikan bahwa terdapat hubungan linier yang signifikan antara variabel Y dan X2.

3. Uji Hipotesis

a. Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi (R) digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 8 Koefisien Korelasi (R)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,778	0,605	0,590	15,13416

Koefisien korelasi (R) digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 9 Koefisien Korelasi (R)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,778	0,605	0,590	15,13416

Nilai R Square (R^2) sebesar 0,605 atau 60,5% menunjukkan bahwa sebesar 60,5% variasi yang terjadi pada variabel Y dapat dijelaskan oleh variabel X1 dan X2 secara bersama-sama, sedangkan sisanya sebesar 39,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Uji F (Uji Simultan)

Kriteria pengujian adalah jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 10 Uji F (Uji Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	18917,063	2	9458,532	41,296	0,000
Residual	12368,305	54	229,043		
Total	31285,368	56			

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 41,296 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang jauh lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa

secara simultan atau bersama-sama, variabel X1 dan X2 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

c. Uji t (Uji Parsial)

Kriteria pengujian adalah jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 11 Uji t (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11,802	8,207		1,438	0,156
Pembelajaran Bisnis Digital	0,826	0,115	0,661	7,206	0,000
Pembelajaran Produk Kreatif Dan Kewirausahaan	0,341	0,133	0,235	2,564	0,013

Hasil uji menjelaskan bahwa variabel Pembelajaran Bisnis Digital memiliki nilai t hitung sebesar 7,206 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Pembelajaran Bisnis Digital Terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS V. 26 di peroleh thitung sebesar 7,206 > ttabel 2,003 dengan nilai sig 0,000 < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa variabel pembelajaran bisnis digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha. Artinya nilai t positif menunjukkan semakin meningkat pembelajaran bisnis digital maka minat berwirausaha akan semakin meningkat. Pembelajaran bisnis digital memberikan pengetahuan praktis dimana siswa jurusan akuntansi di SMKN 1 Ngabang diberikan pengetahuan tentang e-commerce, pemasaran online, manajemen keuangan digital, dan penggunaan platform teknologi, hal ini memunculkan peningkatan pada minat berwirausaha dimana pembelajaran digital memberikan dorongan internal dan eksternal siswa

untuk mencoba usaha mandiri, biasanya dipengaruhi oleh keinginan, perasaan senang, perhatian, lingkungan dan pengalaman.

Penelitian ini juga sejalan dengan yang dilakukan oleh (Chabib & Sulistyowati, 2021) menunjukkan hasil analisis positif dimana pembelajaran bisnis digital berpengaruh terhadap minat berwirausaha sehingga variabel mata pelajaran bisnis digital memiliki pengaruh signifikan serta positif terhadap minat siswa. Pada penelitian ini responden menyatakan bahwa dengan adanya pelajaran bisnis digital siswa dapat belajar dan mengerti tentang dunia bisnis, mengetahui cara berjualan online. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian dari (Wahdiyati et al., 2023) menyatakan dengan adanya mata pelajaran bisnis digital dapat memberikan praktik nyata untuk berjualan di Bisnis Digital, maka siswa dapat mempraktekkan teori-teori yang selama ini dipelajari ketika di sekolah. Efektivitas pembelajaran Bisnis Digital dalam menumbuhkan minat berwirausaha siswa, efektif dalam memberi pemahaman siswa mengenai bagaimana menjalankan bisnis secara online, pemanfaatan

media sosial untuk berbisnis, dan praktik digital marketing

2. Pengaruh Pembelajaran Produk Kreatif Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS V. 26 di peroleh thitung sebesar $2,564 > t_{tabel} 2,003$ dengan nilai sig $0,013 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel pembelajaran produk kreatif dan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha. Artinya nilai t positif menunjukan semakin meningkat pembelajaran produk kreatif dan kewirausahaan maka minat berwirausaha akan semakin meningkat. Hasil uji t yang signifikan mendukung hipotesis bahwa semakin baik kualitas pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan, semakin tinggi pula minat siswa untuk berwirausaha. Hal ini sejalan dengan teori kewirausahaan yang menekankan pentingnya learning by doing: pengalaman nyata dalam mengelola usaha kecil di lingkungan sekolah dapat menumbuhkan keberanian mengambil risiko dan kemampuan melihat peluang. Secara teoritis, pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan dirancang untuk memberikan pengalaman langsung kepada siswa dalam mengembangkan ide, mengolah produk, serta memasarkan hasil karya mereka. Melalui proses ini, siswa tidak hanya memperoleh pengetahuan konseptual, tetapi juga keterampilan praktis yang relevan dengan dunia usaha. Ketika mereka terlibat dalam kegiatan produksi, perencanaan bisnis, dan simulasi pemasaran, terbentuklah sikap percaya diri, kreativitas, serta motivasi untuk mencoba usaha mandiri.

Penelitian ini didukung oleh penelitian (S. Dewi & Azis, 2025) dimana hasilnya menunjukan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara mata pelajaran produk kreatif dan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha, dimana mata pelajaran produk kreatif dan kewirausahaan merupakan pilihan terbaik untuk membantu meneguhkan keyakinan para siswa SMK untuk meningkatkan minat berwirausaha. Dengan mengikuti pembelajaran ini, siswa diharapkan dapat mengaktualisasikan sikap dan perilaku wirausaha, menentukan peluang usaha, merencanakan dan mengelola usaha pada skala kecil. (Affan, 2025) menekankan bahwa pembelajaran kewirausahaan berperan penting dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan yang pada gilirannya menciptakan peluang berwirausaha. Pendapat dari (Afifah, 2025) juga sejalan dengan penelitian ini dimana pembelajaran produk kreatif dan kewirausahaan menyediakan platform bagi siswa untuk menjalani proyek, bimbingan, dan pengalaman yang membentuk sikap mereka terhadap kewirausahaan. Dengan kata lain, program ini membantu siswa mengembangkan keterampilan dan sikap yang diperlukan untuk menjadi wirausahawan. (Tagai et al., 2025) menunjukkan Mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan di SMK Negeri 1 Tondano telah memberikan pemahaman, keterampilan, serta pengalaman praktik kepada siswa yang menjadi bekal awal dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Namun demikian, masih diperlukan penguatan dalam metode pembelajaran berbasis praktik dan kolaborasi dengan dunia usaha agar

siswa lebih siap dan percaya diri untuk memulai usaha secara mandiri.

3. Pengaruh Pembelajaran Bisnis Digital Dan Pembelajaran Produk Kreatif Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Peserta Didik Jurusan Akuntansi

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS V. 26, diperoleh F_{hitung} sebesar 41,296 > F_{tabel} 3.17, dan nilai sig 0,000 < 0,05. Dapat diartikan bahwa koefisien pembelajaran bisnis digital dan pembelajaran produk kreatif kewirausahaan secara simultan terhadap minat berwirausaha, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Selanjutnya kontribusi R^2 sebesar 0,590 yang berarti pembelajaran bisnis digital dan pembelajaran produk kreatif dan kewirausahaan secara simultan mempengaruhi minat berwirausaha sebesar 59% sedangkan 41% lainnya ditentukan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Analisis ini juga sejalan dan mendukung teori para ahli yang menunjukkan hal serupa. Penelitian ini menunjukkan di SMKN 1 Ngabang peserta didik jurusan Akuntansi memiliki minat berwirausaha yang dipengaruhi secara bersama-sama oleh pembelajaran bisnis digital dan pembelajaran produk kreatif kewirausahaan.

Pembelajaran ini memiliki kontribusi yang saling melengkapi dalam membentuk minat berwirausaha. Dimana pembelajaran bisnis digital memberikan pemahaman mengenai strategi pemasaran digital, pengelolaan e-commerce, serta pemanfaatan teknologi sebagai sarana usaha. Sementara itu, pembelajaran produk kreatif kewirausahaan menekankan pada pengembangan ide, inovasi, dan penciptaan nilai tambah melalui

produk yang unik dan relevan dengan perkembangan zaman. Hal ini sejalan dengan pendapat (Maulana, 2021:7) dimana pembelajaran tersebut merupakan bentuk investasi pendidikan yang meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Menegaskan bahwa human capital mencakup pengetahuan, keterampilan, dan kreativitas yang diwujudkan dalam kemampuan kerja untuk menghasilkan nilai ekonomi. Dalam konteks ini, pembelajaran bisnis digital memperkuat aspek pengetahuan dan keterampilan teknologi, sedangkan pembelajaran produk kreatif kewirausahaan memperkuat aspek kreativitas dan inovasi.

Ketika kedua bentuk pembelajaran ini diterapkan secara simultan, mahasiswa tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis dan keterampilan digital, tetapi juga kemampuan kreatif dan inovatif dalam menghasilkan produk yang memiliki daya saing. Sinergi antara penguasaan teknologi digital dan kreativitas produk menjadikan mahasiswa lebih siap menghadapi tantangan dunia usaha, meningkatkan rasa percaya diri, serta memperkuat intensi untuk memulai bisnis.

Penelitian ini sesuai dengan pendapat (Novidian & Kriswanto, 2025) bahwa pembelajaran kewirausahaan secara teoritis dan praktis menunjukkan motivasi dan minat berwirausaha yang lebih tinggi. Pendidikan berbasis pengalaman dan praktik berperan penting dalam membentuk karakter dan orientasi kewirausahaan generasi muda. Penelitian dari (Mesiana, 2020) yang berpendapat bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu pendidikan, lingkungan dan pemahaman atas

pemanfaatan teknologi digital dalam berbisnis. Melalui pembelajaran bisnis digital dan produk kreatif dan kewirausahaan yang mampu mengajarkan siswa untuk menciptakan suatu kegiatan usahanya sendiri serta siswa juga mendapatkan bekal ilmu pengetahuan tentang kewirausahaan yang dapat dikembangkan ketika memulai suatu usaha agar dapat berjalan dengan lancar karena sudah memiliki bekal teori-teori kewirausahaan.

(Rafverga, 2024) Minat berwirausaha sangat penting bagi siswa sekolah menengah kejuruan karena mereka diajarkan keterampilan praktis yang dapat digunakan untuk membuat dan menjalankan bisnis, baik formal maupun informal. Namun, keberhasilan dalam menumbuhkan minat dan kemampuan berwirausaha tidak hanya bergantung pada kurikulum sekolah. Dukungan orang tua siswa merupakan hal penting lainnya yang perlu dipertimbangkan. Orang tua, sebagai orang terdekat siswa, dapat memberikan dorongan, bimbingan, dan dukungan moral, yang dapat membangkitkan minat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti, maka secara umum dapat ditarik beberapa kesimpulan berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS V. 26 adalah sebagai berikut:

Terdapat pengaruh positif pembelajaran bisnis digital terhadap minat berwirausaha peserta didik jurusan akuntansi di SMKN 1 Ngabang dimana di peroleh thitung sebesar $7,206 > t_{\text{tabel}} 2,003$ dengan nilai sig $0,000 < 0,05$, karena $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, disimpulkan bahwa variabel pembelajaran bisnis digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha

Terdapat pengaruh positif pembelajaran produk kreatif dan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha peserta didik jurusan akuntansi di SMKN 1 Ngabang dimana di peroleh Hasil pengolahan data menggunakan SPSS V. 26 di peroleh thitung sebesar $2,564 > t_{\text{tabel}} 2,003$ dengan nilai sig $0,013 < 0,05$, karena $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, disimpulkan bahwa variabel pembelajaran produk kreatif dan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha.

Terdapat pengaruh positif pembelajaran bisnis dan pembelajaran produk kreatif kewirausahaan secara simultan terhadap minat berwirausaha peserta didik jurusan akuntansi di SMKN 1 Ngabang dimana di peroleh Fhitung sebesar $41,296 > F_{\text{tabel}} 3,17$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hal tersebut dapat diartikan bahwa koefisien pembelajaran bisnis digital dan pembelajaran produk kreatif dan kewirausahaan secara simultan signifikan terhadap minat berwirausaha, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Selanjutnya kontribusi R^2 sebesar 0,590 yang berarti pembelajaran bisnis digital dan pembelajaran produk kreatif dan kewirausahaan secara simultan mempengaruhi minat berwirausaha sebesar 59% sedangkan 41% lainnya ditentukan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. analisis ini juga sejalan dan mendukung teori para ahli yang menunjukkan hal serupa.

TINJAUAN PUSTAKA

- Afifah, S. N. (2025). Pengaruh pembelajaran kewirausahaan dan proyek kewirausahaan terhadap minat berwirausaha siswa SMK. *JMSAB, Vol 8, No.*, 91–102.
- Arni, Y., Siswandari, Akhyar, M., & Asrowi. (2022). *Pendidikan*

- Kewirausahaan. Eureka Media Aksara.
- Chabib, M. H. S., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Mata Pelajaran Bisnis Online, Penggunaan Smartphone, dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII BDP di SMK Negeri 1 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1209–1215. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id>
- Dewi, S., & Azis, M. (2025). *Pengaruh Pembelajaran Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Akuntansi di SMK Negeri 1 Bantaeng*. 5(3), 295–304
- Kraiem, N. (2024). *Revolutionizing The Classroom : How Entrepreneurship Education Is Shaping*. 27(6), 27–29.
- Maulana, A. (2021). *Human capital*. Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
- Novidian, S., & Kriswanto, H. D. (2025). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Motivasi dan Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan dan Psikologi Universitas Negeri Semarang. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 6, 1388–1393.
- Rafverga Aristanta, S. B. C. (2024). Pengaruh Mata Pelajaran Kewirausahaan Dan Dukungan Orang Tua Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Jurusan Bisnis Digital Smk Labschool 1 UNESA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(3), 2337–6708.
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 203. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.246>
- Rahim, R., Sao'dah, Sulistyaningsih, S., & Dkk. (2021). *Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik)* (S. Erik (ed.); Cetakan Pe, Issue April). Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
- Santika, A., Simanjuntak, E. R., Amalia, R., & Kurniasari, S. R. (2023). *Peran Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan Dalam Memposisikan Lulusan Siswanya Mencari Pekerjaan*. 6356, 84–94
- Tagai, T. A., Tambingon, H. N., & Rogahang, S. S. N. (2025). *Pengaruh Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Negeri 1 Tondano*. 4(2), 2799–2805.
- Yusuf, M. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan. In *Kencana* (Vol. 1999, Issue December)
- Wahdiyati, N. F., Kwat, T., & Susatya, E. (2023). Pembelajaran Bisnis Online Dan Minat Berwirausaha Siswa SMK Negeri 1 Cilacap. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(2), 8206–8220.
- Wahyudi, Avianti, W., Martin, A., & Jumali. (2023). *Metode Penelitian*. PT. Mifandi Mandiri Digital.
- WEF. (2025). Facilitating Work-based Learning. In *Facilitating Work-based Learning* . by the World Economic Forum. <https://doi.org/10.1007/978-1-137-40325-4>