



PENGARUH PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN, *BUSINESS CENTRE*, DAN KETERAMPILAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KESIAPAN BERWIRAUSAHA SISWA KELAS XI BISNIS *DIGITAL* SMK NEGERI 1 BOYOLANGU TAHUN PELAJARAN 2025/2026

Antin Rosa Febriyani¹, Nailariza Umami², Imam Sukwatus Suja'i³

Universitas Bhinneka PGRI ^{1,2,3}

e-mail: antinrosa95@gmail.com¹, umaminailariza@gmail.com², doktorsujai@gmail.com³

Diterima: 20/7/2026; Direvisi: 3/9/2026; Diterbitkan: 8/9/2026

ABSTRAK

Tingginya tingkat pengangguran lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) menunjukkan pentingnya peningkatan kesiapan berwirausaha sebagai alternatif dalam menciptakan lapangan kerja. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pembelajaran kewirausahaan, *Business Centre*, dan keterampilan *digital marketing* terhadap kesiapan berwirausaha siswa kelas XI Program Keahlian Bisnis Digital SMK Negeri 1 Boyolangu Tahun Pelajaran 2025/2026. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 87 siswa yang dipilih menggunakan teknik *simple random sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan, *Business Centre*, dan keterampilan *digital marketing* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan berwirausaha. Ketiga variabel tersebut juga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan berwirausaha. Model penelitian memiliki nilai *Adjusted R²* sebesar 0,764 menunjukkan bahwa kesiapan berwirausaha dapat dijelaskan oleh pembelajaran kewirausahaan, *Business Centre*, dan keterampilan *digital marketing*, sedangkan sisanya sebesar 23,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi pembelajaran kewirausahaan, pengalaman praktik melalui *Business Centre*, dan penguasaan keterampilan *digital marketing* berkontribusi dalam meningkatkan kesiapan berwirausaha siswa. Oleh karena itu, ketiga aspek tersebut perlu dioptimalkan sebagai bagian dari strategi penguatan pendidikan kewirausahaan di SMK.

Kata Kunci: *Pembelajaran Kewirausahaan, Business Centre, Keterampilan Digital marketing, Kesiapan Berwirausaha*

ABSTRACT

The high unemployment rate among vocational high school (SMK) graduates highlights the importance of strengthening students' entrepreneurial readiness as an alternative pathway to employment. This study aimed to examine the effects of entrepreneurship learning, the Business Centre, and digital marketing skills on the entrepreneurial readiness of eleventh-grade students in the Digital Business Program at SMK Negeri 1 Boyolangu during the 2025/2026 academic year. This study employed a quantitative approach with an associative research design involving 87 students selected through simple random sampling. Data were collected using a questionnaire and analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS Statistics 25. The results revealed that entrepreneurship learning, the Business Centre, and digital marketing skills each had a positive and significant effect on students' entrepreneurial readiness. Furthermore, these three variables simultaneously had a positive and significant effect on entrepreneurial



readiness. The research model yielded an Adjusted R^2 value of 0.764, indicating that entrepreneurial readiness could be explained by entrepreneurship learning, Business Centre, and digital marketing skills, while the remaining 23.6% was influenced by other factors beyond the scope of this study. These findings indicate that integrating entrepreneurship learning, practical business experience through the Business Centre, and digital marketing competencies can effectively enhance students' entrepreneurial readiness. Therefore, these components should be strengthened to better prepare vocational school graduates for entrepreneurial careers.

Keywords: *Entrepreneurship Learning, Business Centre, Digital marketing Skills, Entrepreneurial Readiness*

PENDAHULUAN

Tingginya tingkat pengangguran masih menjadi tantangan serius dalam pembangunan ketenagakerjaan di Indonesia. Meskipun pemerintah terus berupaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui berbagai kebijakan pendidikan, pertumbuhan angkatan kerja belum sepenuhnya diimbangi dengan ketersediaan lapangan pekerjaan. Kondisi tersebut berdampak pada meningkatnya persaingan kerja, terutama bagi lulusan pendidikan menengah kejuruan yang dipersiapkan untuk memasuki dunia kerja secara langsung. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) secara konsisten menempati posisi tertinggi dalam Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) dibandingkan jenjang pendidikan lainnya, meskipun mengalami penurunan dari 9,31% pada tahun 2023 menjadi 8,00% pada tahun 2025. Fakta tersebut mengindikasikan bahwa orientasi pendidikan vokasi yang berfokus pada penyiapan tenaga kerja belum sepenuhnya mampu menjawab kebutuhan pasar kerja yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, lulusan SMK tidak hanya dituntut memiliki kompetensi untuk bekerja, tetapi juga perlu dibekali kemampuan menciptakan lapangan kerja melalui kegiatan kewirausahaan (Gonibala et al., 2026; Misbahuddin et al., 2025; Setiyana & Oktora, 2024; Yoni & Kurnia, 2023).

Kewirausahaan dipandang sebagai salah satu instrumen strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi sekaligus mengurangi angka pengangguran melalui penciptaan usaha baru. Selain berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, rasio kewirausahaan juga menjadi indikator kemajuan suatu negara. Meskipun rasio kewirausahaan Indonesia telah mencapai 3,47%, angka tersebut masih berada di bawah beberapa negara Asia Tenggara sehingga menunjukkan perlunya penguatan budaya kewirausahaan sejak jenjang pendidikan menengah (Meliani & Panduwinata, 2022; Zein & Rubedo, 2025). Dalam konteks pendidikan vokasi, kesiapan berwirausaha menjadi kompetensi penting yang harus dimiliki peserta didik agar mampu beradaptasi terhadap perubahan dunia kerja dan perkembangan ekonomi digital. Kesiapan berwirausaha tidak hanya ditunjukkan oleh keinginan membuka usaha, tetapi juga mencakup kesiapan mental, pengetahuan, keterampilan, kreativitas, keberanian mengambil risiko, kemampuan memecahkan masalah, serta keyakinan dalam menghadapi dinamika bisnis (Rije et al., 2024; Rochani & Suharsono, 2023). Secara konseptual, kesiapan berwirausaha dipengaruhi oleh faktor internal, seperti motivasi, kreativitas, efikasi diri, dan keterampilan, serta faktor eksternal yang meliputi lingkungan belajar, dukungan sekolah, fasilitas praktik, dan proses pembelajaran yang diterima peserta didik (Gupron et al., 2023; Isma et al., 2023).

Salah satu faktor eksternal yang berperan penting adalah pembelajaran kewirausahaan. Pembelajaran kewirausahaan tidak lagi dipahami sebagai proses transfer pengetahuan semata, tetapi sebagai pengalaman belajar yang mampu mengembangkan kemampuan berpikir kreatif, inovatif, dan pengambilan keputusan melalui aktivitas praktik yang mendekati kondisi usaha



nyata (Amelia et al., 2021; Maharani & Nugraha, 2022; Ratu et al., 2024; Umami et al., 2025). Pengalaman belajar yang kontekstual tersebut diyakini mampu meningkatkan kepercayaan diri dan kesiapan peserta didik dalam membangun usaha setelah menyelesaikan pendidikan. Selain pembelajaran di kelas, sekolah kejuruan juga perlu menyediakan lingkungan belajar yang memungkinkan peserta didik memperoleh pengalaman bisnis secara langsung.

Salah satu bentuk implementasinya adalah melalui *Business Centre* sebagai laboratorium bisnis sekolah. Keberadaan *Business Centre* memberikan kesempatan kepada siswa untuk melakukan praktik penjualan, pelayanan konsumen, pengelolaan produk, hingga evaluasi kegiatan usaha secara nyata sehingga mampu memperkuat kompetensi kewirausahaan yang telah diperoleh melalui pembelajaran formal (Amelia et al., 2021; Rahayu & Dwijayanti, 2023). Di sisi lain, transformasi digital telah mengubah pola pemasaran produk sehingga keterampilan *digital marketing* menjadi kompetensi yang semakin dibutuhkan oleh calon wirausahawan.

Penguasaan media digital, pembuatan konten kreatif, pemanfaatan media sosial, serta kemampuan menyusun strategi pemasaran berbasis teknologi menjadi modal penting bagi siswa dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha (Hidayatullah et al., 2022; Nisa'a & Suja'i, 2025; Wibowo et al., 2025). Namun demikian, kondisi empiris di SMK Negeri 1 Boyolangu menunjukkan bahwa kesiapan berwirausaha siswa masih belum optimal. Hasil observasi awal memperlihatkan bahwa sebagian besar siswa masih merasa ragu untuk memulai usaha karena keterbatasan pengalaman, rendahnya kepercayaan diri, serta kekhawatiran terhadap risiko kegagalan. Selain itu, pemanfaatan *Business Centre* sebagai sarana praktik usaha mandiri masih rendah, sementara kemampuan memasarkan produk melalui media digital juga belum dimiliki secara merata oleh seluruh siswa. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan antara tujuan pendidikan vokasi yang diharapkan mampu menghasilkan lulusan berjiwa wirausaha dengan realitas kesiapan berwirausaha siswa di lapangan.

Berbagai penelitian sebelumnya melaporkan bahwa pembelajaran kewirausahaan berpengaruh terhadap kesiapan berwirausaha (Triono & Agatha, 2022), meskipun kontribusinya pada beberapa penelitian masih relatif rendah (Maharani & Nugraha, 2022). Penelitian lain menemukan bahwa keterlibatan dalam *Business Centre* mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan peserta didik (Arifin, 2024), sedangkan keterampilan *digital marketing* juga terbukti berkontribusi terhadap kesiapan berwirausaha generasi muda di era digital (Kamila & Fahlia, 2025). Akan tetapi, sebagian besar penelitian tersebut menguji masing-masing variabel secara terpisah, menggunakan objek penelitian yang berbeda, atau belum memfokuskan pada peserta didik Program Keahlian Bisnis Digital di SMK.

Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan pembelajaran kewirausahaan, pemanfaatan *Business Centre*, dan keterampilan *digital marketing* dalam satu model empiris untuk menjelaskan kesiapan berwirausaha siswa SMK. Integrasi ketiga variabel tersebut diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kesiapan berwirausaha sekaligus menjadi dasar pengembangan model pembelajaran kewirausahaan yang lebih adaptif terhadap kebutuhan dunia usaha dan transformasi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif untuk menganalisis pengaruh pembelajaran kewirausahaan (X_1), *Business Centre* (X_2), dan



keterampilan *digital marketing* (X_3) terhadap kesiapan berwirausaha (Y) siswa kelas XI Program Keahlian Bisnis Digital SMK Negeri 1 Boyolangu Tahun Pelajaran 2025/2026. Pengumpulan data dilaksanakan secara definitif pada bulan Oktober hingga November 2025 (semester ganjil tahun pelajaran 2025/2026) di SMK Negeri 1 Boyolangu. Penelitian dilaksanakan menggunakan desain non-eksperimental, sehingga seluruh variabel diamati sesuai kondisi yang terjadi di lapangan tanpa pemberian perlakuan tertentu kepada responden. Populasi penelitian berjumlah 111 siswa kelas XI Bisnis Digital. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Yamane dengan tingkat kesalahan 5% ($\alpha = 0,05$), sehingga diperoleh 87 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*, sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel penelitian.

Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner tertutup berbasis *Google Form* menggunakan skala Likert lima tingkat (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju). Instrumen penelitian terdiri atas 60 butir pernyataan yang mewakili empat variabel penelitian. Sebelum penyebaran utama, instrumen telah diuji validitasnya menggunakan korelasi *Product Moment Pearson* dan uji reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* ($N = 24, \alpha > 0,60$), sehingga seluruh butir dinyatakan valid ($r_{hitung} > r_{tabel} = 0,404$) dan reliabel. Analisis data dilakukan secara bertahap menggunakan bantuan IBM SPSS Statistics Versi 25. Tahap awal meliputi analisis deskriptif. Selanjutnya dilakukan pengujian asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas (*Normal P-Plot*), uji linearitas, uji multikolinearitas (nilai *Tolerance* dan *VIF*), dan uji heteroskedastisitas (*scatterplot*). Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t (parsial), uji F (simultan), serta koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Deskripsi Data Responden

1. Kesiapan Berwirausaha (Y)

Klasifikasi tingkat kesiapan berwirausaha siswa disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Klasifikasi Variabel Kesiapan Berwirausaha

No	Interval Skor	Klasifikasi	Frekuensi	Persentase (%)
1	63 – 75	Sangat Baik	23	26%
2	51 – 62	Baik	58	67%
3	39 – 50	Cukup	6	7%
4	27 – 38	Kurang	0	0%
5	15 – 26	Sangat Kurang	0	0%
Total			87	100%

Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar siswa kelas XI Bisnis Digital SMK Negeri 1 Boyolangu memiliki kesiapan berwirausaha pada kategori baik (67%) dan sangat baik (26%).

2. Pembelajaran Kewirausahaan (X_1)

Klasifikasi persepsi siswa terhadap pembelajaran kewirausahaan disajikan pada Tabel

2.

Tabel 2. Klasifikasi Variabel Pembelajaran Kewirausahaan

No	Interval Skor	Klasifikasi	Frekuensi	Persentase (%)
1	63 – 75	Sangat Baik	22	25%
2	51 – 62	Baik	62	71%

3	39 – 50	Cukup	3	3%
4	27 – 38	Kurang	0	0%
5	15 – 26	Sangat Kurang	0	0%
Total			87	100%

Tabel 2 menunjukkan bahwa pelaksanaan pembelajaran kewirausahaan dinilai dalam kategori baik oleh 71% siswa dan sangat baik oleh 25% siswa.

3. *Business Centre* (X_2)

Klasifikasi pengalaman siswa dalam *Business Centre* disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Klasifikasi Variabel Business Centre

No	Interval Skor	Klasifikasi	Frekuensi	Persentase (%)
1	63 – 75	Sangat Baik	18	21%
2	51 – 62	Baik	61	70%
3	39 – 50	Cukup	7	8%
4	27 – 38	Kurang	1	1%
5	15 – 26	Sangat Kurang	0	0%
Total			87	100%

Tabel 3 menunjukkan bahwa pemanfaatan *Business Centre* dinilai baik oleh 70% siswa dan sangat baik oleh 21% siswa.

4. Keterampilan *Digital Marketing* (X_3)

Klasifikasi tingkat keterampilan *digital marketing* siswa disajikan pada Tabel 4.

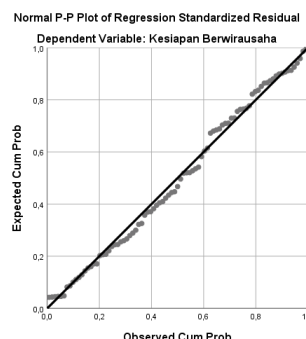
Tabel 4. Klasifikasi Variabel Keterampilan Digital Marketing

No	Interval Skor	Klasifikasi	Frekuensi	Persentase (%)
1	63 – 75	Sangat Baik	15	17%
2	51 – 62	Baik	36	41%
3	39 – 50	Cukup	34	39%
4	27 – 38	Kurang	2	2%
5	15 – 26	Sangat Kurang	0	0%
Total			87	100%

Tabel 4 memperlihatkan bahwa keterampilan *digital marketing* siswa terdistribusi pada kategori baik (41%) dan cukup (39%).

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



Gambar 1. Normal P-Plot Regression Standardized Residual

Berdasarkan pada gambar 1 di atas, dapat disimpulkan bahwa data pembelajaran kewirausahaan, *Business Centre*, dan keterampilan digital marketing terhadap kesiapan berwirausaha tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Pola



penyebaran ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, sehingga model regresi memenuhi asumsi uji normalitas.

2. Uji Linearitas

Hasil uji linearitas antarvariabel disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas Hubungan Variabel

Hubungan Variabel	Nilai Sig. Deviation from Linearity	Kriteria Ambang Batas	Keputusan
Pembelajaran Kewirausahaan (X_1) → Kesiapan Berwirausaha (Y)	0,564	> 0,05	Linear
<i>Business Centre</i> (X_2) → Kesiapan Berwirausaha (Y)	0,392	> 0,05	Linear
<i>Digital Marketing</i> (X_3) → Kesiapan Berwirausaha (Y)	0,930	> 0,05	Linear

Tabel 5 menunjukkan seluruh nilai *Sig. Deviation from Linearity* > 0,05, membuktikan bahwa seluruh variabel memiliki hubungan linear dengan kesiapan berwirausaha.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menggunakan grafik *scatterplot* memperlihatkan titik-titik data menyebar acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, sehingga disimpulkan model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t , dan Uji Multikolinearitas

Hasil analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis parsial (uji t), serta pengujian multikolinearitas dirangkum secara terpadu pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Berganda, Uji t , dan Multikolinearitas

Variabel Model	Koefisien Unstandardized B	Std. Error	Koefisien Standardized β	t hitung	Sig.	Toleranc e	VIF
(Constant)	5,924	3,197	-	1,853	0,067	-	-
Pembelajaran Kewirausahaan (X_1)	0,458	0,102	0,462	4,502	0,000	0,260	3,842
<i>Business Centre</i> (X_2)	0,325	0,097	0,337	3,363	0,001	0,273	3,669
<i>Digital Marketing</i> (X_3)	0,116	0,047	0,164	2,475	0,015	0,628	1,591

Keterangan: *Dependent Variable* = Kesiapan Berwirausaha (Y); $t_{\text{tabel}} = 1,989$.

Berdasarkan Tabel 6, dapat diuraikan hasil analisis sebagai berikut:

- **Uji Multikolinearitas:** Nilai *Tolerance* seluruh variabel > 0,10 (0,260; 0,273; 0,628) dan nilai VIF < 10 (3,842; 3,669; 1,591), membuktikan bahwa model regresi terbebas dari multikolinearitas.
- **Persamaan Regresi Berganda:**

$$Y = 5,924 + 0,458X_1 + 0,325X_2 + 0,116X_3$$

Koefisien regresi yang bernilai positif mengindikasikan bahwa peningkatan pembelajaran kewirausahaan, pemanfaatan *Business Centre*, dan keterampilan *digital marketing* akan

Copyright (c) 2026 LEARNING : Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran



meningkatkan kesiapan berwirausaha siswa. Pembelajaran kewirausahaan memberikan kontribusi koefisien terbesar ($\beta = 0,458$).

- **Uji *t* (Parsial):**

1. *Pembelajaran Kewirausahaan* (X_1): $t_{hitung} = 4,502 > t_{tabel} = 1,989$ ($p = 0,000 < 0,05$), berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan berwirausaha.
2. *Business Centre* (X_2): $t_{hitung} = 3,363 > t_{tabel} = 1,989$ ($p = 0,001 < 0,05$), berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan berwirausaha.
3. *Keterampilan Digital Marketing* (X_3): $t_{hitung} = 2,475 > t_{tabel} = 1,989$ ($p = 0,015 < 0,05$), berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan berwirausaha.

Hasil Uji *F* (Simultan) dan Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil pengujian simultan dan besarnya kontribusi prediktor disajikan pada Tabel 7 dan Tabel 8.

Tabel 7. Hasil Uji *F* (Simultan / ANOVA)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	Fhitung	Sig.
Regression	2190,981	3	730,327	93,847	0,000 ^b
Residual	645,915	83	7,782		
Total	2836,897	86			

Keterangan: *Predictors* = (Constant), *Digital Marketing*, *Business Centre*, *Pembelajaran Kewirausahaan*; $F_{tabel} = 2,71$.

Tabel 7 menunjukkan nilai $F_{hitung} = 93,847 > F_{tabel} = 2,71$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Disimpulkan bahwa pembelajaran kewirausahaan, *Business Centre*, dan keterampilan *digital marketing* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan berwirausaha.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square (R ²)	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,879	0,772	0,764	2,78964

Berdasarkan Tabel 8, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,764. Hal ini mengindikasikan bahwa 76,4% variasi kesiapan berwirausaha siswa dijelaskan secara bersama-sama oleh pembelajaran kewirausahaan, *Business Centre*, dan keterampilan *digital marketing*, sedangkan 23,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel di luar model penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan terhadap Kesiapan Berwirausaha

Hasil penelitian membuktikan bahwa pembelajaran kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan berwirausaha siswa ($t = 4,502$; $p = 0,000$). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik proses pembelajaran kewirausahaan yang diterima siswa, semakin tinggi pula kesiapan mereka untuk memulai dan mengembangkan usaha mandiri. Melalui pembelajaran kewirausahaan, siswa memperoleh pengetahuan teori, orientasi peluang bisnis, serta pembentukan karakter wirausaha. Pembelajaran kewirausahaan di SMK tidak hanya mentransfer ilmu pengetahuan, tetapi juga membangun pola pikir (*mindset*) kreatif dan inovatif siswa (Maharani & Nugraha, 2022; Sekar et al., 2025). Temuan ini sejalan dengan penelitian Triono dan Agatha (2022) yang menegaskan bahwa pembelajaran kewirausahaan memberikan kontribusi signifikan dalam membangun mentalitas dan kesiapan wirausaha lulusan.



Pengaruh *Business Centre* terhadap Kesiapan Berwirausaha

Hasil penelitian mengonfirmasi bahwa pemanfaatan *Business Centre* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan berwirausaha siswa ($t = 3,363$; $p = 0,001$). Keberadaan *Business Centre* sebagai laboratorium bisnis sekolah memfasilitasi siswa untuk memperoleh pengalaman praktik autentik dalam mengelola transaksi penjualan, menangani pelanggan, mengatur persediaan produk, serta menyusun laporan keuangan sederhana. Pengalaman empiris langsung di *Business Centre* menjembatani kesenjangan antara teori kewirausahaan dan realitas dunia usaha (Amelia et al., 2021; Wardani, 2023). Hasil ini mendukung temuan Utami dan Denmar (2020) yang menyimpulkan bahwa keterlibatan aktif siswa dalam unit *Business Centre* sekolah meningkatkan efikasi diri dan keberanian siswa untuk membuka usaha sendiri setelah lulus.

Pengaruh Keterampilan *Digital Marketing* terhadap Kesiapan Berwirausaha

Hasil penelitian membuktikan bahwa keterampilan *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan berwirausaha siswa ($t = 2,475$; $p = 0,015$). Dalam konteks era ekonomi digital, kemampuan mengoperasikan platform *e-commerce*, mengelola media sosial bisnis, membuat konten promosi visual, serta menganalisis pasar secara *online* menjadi modal kritis bagi calon wirausahawan muda. Penguasaan keterampilan *digital marketing* memberikan rasa percaya diri bagi siswa Bisnis Digital bahwa mereka dapat memasarkan produk dengan efisiensi biaya yang tinggi dan jangkauan pasar yang luas (Bhikuning et al., 2025; Hidayatullah et al., 2022). Temuan ini konsisten dengan hasil studi Kamila dan Fahlia (2025) yang membuktikan bahwa kecakapan promosi digital berbanding lurus dengan tingkat kesiapan Generasi Z dalam merintis usaha baru.

Pengaruh Simultan Pembelajaran Kewirausahaan, *Business Centre*, dan *Digital Marketing*

Secara bersama-sama, ketiga variabel independen terbukti berpengaruh signifikan terhadap kesiapan berwirausaha dengan kontribusi sebesar 76,4% ($R^2 = 0,764$; $F = 93,847$). Ketiga variabel ini membentuk ekosistem pembinaan kewirausahaan yang saling melengkapi di SMK: pembelajaran kewirausahaan memberikan landasan konseptual, *Business Centre* memfasilitasi laboratorium praktik bisnis nyata, dan keterampilan *digital marketing* melengkapi siswa dengan keahlian pemasaran modern.

KESIMPULAN

Hasil penelitian asosiatif ini membuktikan bahwa pembelajaran kewirausahaan, pemanfaatan unit *business centre*, dan penguasaan keterampilan *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan berwirausaha siswa kejuruan, baik secara parsial maupun simultan. Inti temuan mengonfirmasi bahwa pembelajaran kewirausahaan memberikan kontribusi pengaruh paling dominan dalam membentuk pola pikir kreatif, kesiapan mental, serta orientasi peluang usaha mandiri. Keberadaan sarana laboratorium bisnis sekolah terbukti andal menjembatani pemahaman teoretis dengan pengalaman praktik langsung (*hands-on experience*), sementara kecakapan promosi digital memperkuat rasa percaya diri siswa dalam mengelola usaha di era modern. Sinergi ketiga instrumen ini berhasil mengoptimalkan kapasitas calon lulusan sekolah menengah kejuruan untuk merintis karier wirausaha secara mandiri dan kompetitif.

Implikasi praktis penelitian ini menegaskan bahwa sekolah kejuruan perlu merancang ekosistem pembelajaran terpadu yang memadukan teori kontekstual, optimalisasi fungsi laboratorium bisnis, serta pelatihan pemasaran digital berbasis platform *e-commerce*. Pendidik



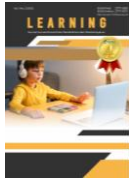
dituntut menyelaraskan kurikulum dengan perkembangan lanskap industri guna menekan angka pengangguran lulusan vokasi. Untuk agenda riset di masa depan, para peneliti selanjutnya disarankan memperluas cakupan populasi sampel lintas program keahlian maupun wilayah sekolah yang lebih luas. Penyelidikan lanjutan juga sebaiknya mengintegrasikan variabel internal lain seperti *self-efficacy*, literasi keuangan, dan dukungan lingkungan keluarga menggunakan pendekatan *mixed methods* guna membongkar dinamika kesiapan berwirausaha generasi muda secara lebih komprehensif, terstruktur, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, I., Hendaryati, N., & Faridah. (2021). Pembelajaran produk kreatif dan kewirausahaan melalui pemanfaatan Business Center di SMK PGRI Kota Tegal. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 4(2), 64–70. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v4i2.21541>
- Arifin, I. N. (2024). Pengaruh keterlibatan pada Business Center, pendidikan kewirausahaan, dan praktik kerja industri terhadap minat berwirausaha siswa SMK. *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, 4(10), 112–124. <https://doi.org/10.17977/um063.v4.i10.2024.10>
- Bhikuning, D., Kusumawati, D., Ardhan, Y. M. K., Purwani, A. P., & Ayuki, K. (2025). Pengembangan kompetensi digital marketing berbasis media sosial pada siswa kejuruan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 395–403. <https://doi.org/10.31004/jpm.v2i4.1245>
- Gonibala, W. F., Bahsoan, A., Sudirman, Hafid, R., & Gani, I. P. (2026). Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha siswa. *Jurnal Ilmu Pendidikan (SOKO GURU)*, 5(3), 470–488. <https://doi.org/10.55642/sokoguru.v5i3.892>
- Gupron, G., Yandi, A., & Maharani, A. (2023). Model kesiapan berwirausaha (literature review). *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta (JKMT)*, 1(1), 28–41. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i1.12>
- Hidayatullah, D., Rohman, F. F., & Utama, R. (2022). Peran digital marketing sebagai skills kewirausahaan di era Society 5.0. *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 5(2), 163–174. <https://doi.org/10.24071/exero.v5i2.4812>
- Isma, A., Rakib, M., Mufida, N., & Sholihah, M. (2023). Pengaruh sikap dan pengetahuan kewirausahaan terhadap kesiapan berwirausaha dengan self-efficacy sebagai variabel intervening. *Journal of Economics, Entrepreneurship, Management Business and Accounting (JEEMBA)*, 1(1), 41–52. <https://doi.org/10.32672/jeemba.v1i1.512>
- Kamila, P. N., & Fahlia. (2025). The influence of financial literacy, digital marketing, network connections, and educational management on entrepreneurial readiness among Generation Z. *Journal of Educational Management Research*, 4(3), 1134–1149. <https://doi.org/10.35473/jemr.v4i3.2154>
- Maharani, S. P., & Nugraha, J. (2022). Pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap kesiapan berwirausaha mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran Universitas Negeri Surabaya. *Journal of Office Administration: Education and Practice*, 2(2), 96–114. <https://doi.org/10.26740/joap.v2n2.p96-114>
- Meliani, D., & Panduwinata, L. F. (2022). Pengaruh mata kuliah kewirausahaan dan motivasi berwirausaha terhadap pembentukan jiwa green entrepreneur mahasiswa. *Jurnal*



- Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(1), 16–30. <https://doi.org/10.26740/jpap.v10n1.p16-30>
- Misbahuddin, M., Haris, A., & Nurdin, N. (2025). Strategi pendidikan vokasi dalam mengurangi angka pengangguran terdidik di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Pendidikan*, 14(1), 45–58. <https://doi.org/10.21831/jkp.v14i1.5412>
- Nisa'a, R. A. M., & Suja'i, I. S. (2025). Analisis strategi promosi penjualan dalam memanfaatkan digital marketing pada usaha buket: Studi kasus di Madehomemade, Ds. Bandung, Kec. Bandung, Kab. Tulungagung. *Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi*, 2(7), 1605–1609. <https://doi.org/10.37296/jsee.v2i7.892>
- Rahayu, E. A., & Dwijayanti, R. (2023). Pengaruh praktik unit Business Centre Alfa terhadap minat berwirausaha siswa kelas X Bisnis Daring dan Pemasaran SMKN 1 Bojonegoro dengan self efficacy sebagai variabel intervening. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 1820–1831. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n2.p1820-1831>
- Ratu, L. P., Purwandari, E., Iskandar, E., Saleh, M., & Hamidah, N. (2024). Peran pembelajaran kewirausahaan dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 9(1), 88–97. <https://doi.org/10.31932/jpe.v9i1.3124>
- Rije, R., Achmad, S. S., Fitrilinda, D., & Ayub, D. (2024). Kesiapan berwirausaha pada siswa SMK Negeri 1 Tualang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak. *JLEB: Journal of Law Education and Business*, 2(1), 417–422. <https://doi.org/10.56444/jleb.v2i1.1542>
- Rochani, S., & Suharsono, N. (2023). Pengaruh prestasi belajar, status sosial ekonomi keluarga, dan minat berwirausaha terhadap kesiapan berwirausaha siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 15(1), 112–123. <https://doi.org/10.23887/jpe.v15i1.58412>
- Sekar, Y., Wilujeng, S., & Marlana, N. (2025). Pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap niat berwirausaha siswa kelas 11 Bisnis Digital SMKN 1 Sooko. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 13(1), 72–79. <https://doi.org/10.26740/jptn.v13n1.p72-79>
- Setiyana, A., & Oktora, S. I. (2024). Analisis horizontal mismatch pada tenaga kerja lulusan Sekolah Menengah Kejuruan di Indonesia. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 19(2), 109–124. <https://doi.org/10.55980/jki.2024.5513>
- Triono, N., & Agatha, M. (2022). Pengaruh sikap kewirausahaan dan pembelajaran kewirausahaan terhadap kesiapan berwirausaha mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi semester VI Universitas Bhinneka PGRI tahun akademik 2020/2021. *JUPEKO: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 1–7. <https://doi.org/10.29407/jupeko.v7i2.18123>
- Umami, N., Pratikto, H., & Hermawan, A. (2025). Business course: Aplikasi pembelajaran kewirausahaan berbasis simulasi studi kasus dan pengambilan keputusan untuk siswa dan mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 9(3), 1324–1332. <https://doi.org/10.29408/jpek.v9i3.30474>
- Utami, S., & Denmar, D. (2020). Pengaruh efektivitas Business Center terhadap kesiapan berwirausaha siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 105–114. <https://doi.org/10.17977/um003v6i22020p105>
- Wardani, C. Y. (2023). Peran Business Center dan Rumah Kewirausahaan dalam mentransformasi nilai-nilai kewirausahaan pada peserta didik SMK. *Jurnal*



Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan, 3(6), 512–524.

<https://doi.org/10.17977/um066.v3.i6.2023.2>

Wibowo, F. N., Farkhah, L., Janah, A. R., & Rizkya, D. (2025). Peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital marketing bagi siswa SMK YPE Kroya. *ASMARA: Jurnal Aspirasi Masyarakat*, 2(2), 90–95. <https://doi.org/10.58471/asmara.v2i2.812>

Yoni, Y., & Kurnia, D. (2023). Pengaruh prestasi belajar dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha siswa (Survei pada siswa SMK Diponegoro Majenang kelas XI BDP 2). *HATTA: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 1(1), 24–35. <https://doi.org/10.37296/hatta.v1i1.412>

Zein, R. M., & Rubedo, H. (2025). Pengaruh wawasan kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Desa Sayang Kabupaten Sumedang. *Jurnal Center Indonesia*, 1(3), 338–354. <https://doi.org/10.58471/jci.v1i3.412>