

**PENGEMBANGAN MODEL PEMBELAJARAN *DIGITAL MARKETING*
BERBASIS *DIGITAL ENTREPRENEURSHIP* BAGI PESERTA DIDIK
SMK BERBASIS PESANTREN**



DISERTASI

Disusun dan diajukan kepada Pascasarjana Universitas Islam Negeri
Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri untuk memenuhi
sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Doktor

SUTADI

NIM: 214130100002

**PROGRAM STUDI ISLAM
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sutadi
NIM : 214130100002
Program Studi : Doktor Studi Islam
Alamat : Karangjati RT. 001. RW. 001 Jatiluhur, Karanganyar,
Kebumen, Jawa Tengah
Nomor Telepon : 0877 2525 1876
Website : <https://s.id/sutadiyt80>

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Disertasi ini secara keseluruhan adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, bukan hasil karya orang lain yang mengatasnamakan saya, dan bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) hasil karya orang lain serta telah dinyatakan bebas plagiasi oleh tim Pascasarjana;
2. Disertasi ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali pada bagian-bagian yang telah dirujuk sumbernya dalam daftar pustaka;
3. Disertasi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri (UIN SAIZU) Purwokerto atau perguruan tinggi manapun;

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, apabila di kemudian hari terbukti bukan karya sendiri atau melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 13 Juni 2024

Yang menyatakan,



Sutadi
NIM. 214130100002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
PASCASARJANA

Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553
Website : www.pps.uinsaizu.ac.id Email : pps@uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Nomor 1417 Tahun 2024

Disertasi Berjudul:

Pengembangan Model Pembelajaran Digital Marketing Berbasis Digital
Entrepreneurship bagi Peserta Didik SMK Berbasis Pesantren

Ditulis Oleh:

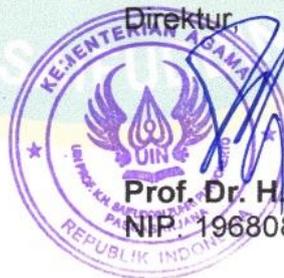
Sutadi

NIM. 214130100002

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar
Doktor Studi Islam

Purwokerto, 9 Juli 2024

Direktur



Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag. 
NIP. 19680816 199403 1 004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
PASCASARJANA

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553 website: www.pps.uinsaizu.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGEMBANGAN MODEL PEMBELAJARAN *DIGITAL MARKETING*
BERBASIS *DIGITAL ENTREPRENEURSHIP* BAGI PESERTA DIDIK
SMK BERBASIS PESANTREN

Telah diterima dan disetujui Promotor dan Co-Promotor untuk diujikan
pada Ujian Disertasi guna memperoleh Gelar Doktor pada
Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto

Promotor: Prof. Dr. H. Sunhaji, M. Ag.

Co-Promotor: Prof. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Prof. Dr. Rohmat, M. Ag., M. Pd.
NIP. 19720420 200312 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
PASCASARJANA**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553 website: www.pps.uinsaizu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Disertasi

**PENGEMBANGAN MODEL PEMBELAJARAN *DIGITAL MARKETING*
BERBASIS *DIGITAL ENTREPRENEURSHIP* BAGI PESERTA DIDIK
SMK BERBASIS PESANTREN**

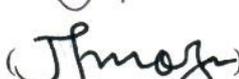
Oleh:

SUTADI

NIM: 214130100002

Disertasi ini telah dipertahankan di depan penguji pada ujian Disertasi
Program Pascasarjana Doktor Studi Islam Universitas Islam Negeri
Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto fsm dinyatakan telah memenuhi syarat
pada Hari/ Tanggal: Kamis, 13 Juni 2024

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag (Ketua/ Penguji)	()
Sekretaris Sidang	: Dr. H. Siswadi, M.Ag (Sekretaris/ Penguji)	()
Anggota Penguji	: Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag. (Promotor/ Penguji)	()
	: Prof. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M. (Co-Promotor/ Penguji)	()
	: Dr. H. Akhmad Faozan, Lc. M. Ag. (Penguji Utama I)	()
	: Prof. Dr. Rohmad, M. Pd. (Penguji Utama II)	()
	: Dr. Atabik, M. Ag. (Penguji Utama III)	()
	: Prof. Dr. Agus Suroso, M.Si. (Penguji Utama IV)	()

Pengembangan Model Pembelajaran *Digital Marketing* Berbasis *Digital Entrepreneurship* bagi Peserta Didik SMK Berbasis Pesantren

Sutadi

NIM: 214130100002

Email: paksutadi7@gmail.com

ABSTRAK

Berawal masih belum optimalnya pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* bagi peserta didik di SMK berbasis pesantren, maka diperlukan model pembelajaran *digital marketing*. Perlunya penyesuaian terhadap penerapan kurikulum merdeka pada pendidikan kejuruan yang berorientasi pengembangan keterampilan *digital marketing*. Perkembangan pesat dan canggih teknologi digital belum dimanfaatkan secara optimal untuk menunjang pembelajaran *digital marketing*.

Tujuan penelitian ini antara lain: 1) mendeskripsikan pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* yang telah dilaksanakan; 2) mengembangkan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*; dan 3) mengetahui tingkat keefektifan model pengembangan *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK berbasis pesantren.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan *Research and Development*. Populasi penelitian ini meliputi semua SMK berbasis Pesantren yang memiliki Program Keahlian Pemasaran di Kabupaten Kebumen, Kabupaten Brebes dan Kabupaten Purworejo yang berjumlah 10 SMK. Penentuan jumlah sampel dihitung dengan rumus Slovin diperoleh sampel 3 SMK. Teknik sampling dilakukan menggunakan *custom random sampling* karena sampel hanya diambil kelas 11 (sebelas) pemasaran di setiap Kabupaten yaitu SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen, SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes dan SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo. Teknik pengambilan data menggunakan observasi, wawancara, angket, tes dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan analisis statistik deskriptif dengan teknik persentase, kategorisasi dan deskriptif secara naratif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* yang telah dilaksanakan: a) belum optimal pada perencanaan pembelajaran; (b) belum optimal pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* pada guru dan peserta didik; dan c) belum menggunakan model pembelajaran *digital marketing* yang tepat; 2) pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* telah dilakukan uji ahli perangkat pembelajaran dengan hasil 97,7 % pada kategori efektif, uji ahli materi pembelajaran sebesar 92,85 pada kategori efektif. Adapun hasil uji coba terbatas sebesar 82,69% pada kategori baik dan uji coba luas sebesar 90,38 % pada kategori baik; 3) Hasil uji efektifitas model pengembangan *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* sebesar 64,25 % pada kategori cukup efektif.

Kata kunci : Pengembangan Model Pembelajaran, Digital Marketing, Digital Entrepreneurship

دملابللا تيمقرلا لامعلا ءدايرى لء مناقلا ي مقرلا قيوسنلا ملعت ج نومذ ريوطرسة تينهملا
اى فلمعهد الإسلامى

سونادى

رقم القيد: 214130100002

الإلكترونى البريد: paksutadi7@gmail.com

المخلص

دملابلاطلا ي مقرلا قيوسنلا ملعت ذيفنتن أ تقيقدنم اءدبرسة ا تينهملا المعهدى ريغل ازيد لا
جهنم ذيفنتى لءتلايدعت ارجلا ءجادكانه. ي مقرلا قيوسنلا ملعت ج نومذ لء ءجادكانه، ي لائم
روطنلا مادختسا متب مل. ي مقرلا قيوسنلا تاراهم ريوطت وحن هجوم ي نهمللا ملعتلا ي لقتسم
ي مقرلا قيوسنلا ملعت مدلل ثملا وحنلا ي لء تيمقرلا ايجولونكتلا روطنملاو عبرسلا

ريوطت (2؛ هذيفنت متب يذلا ي مقرلا قيوسنلا ملعت ذيفنتن فصو (1: ي لءام ثحبلا اذه فادهأ نمضنت
و؛ تيمقرلا لامعلا ءدايرى لء دمتعي ي مقرلا قيوسنلا ملعت ج نومذ 3 ج نومذ تيلاعفى وتسم ديدحت)
دملابللا ي لء تيمقرلا لامعلا ءدايرى لء مناقلا ي مقرلا قيوسنلا ريوطرسة ي ف تينهملا المعهدى
تيملاسلا

عيمج ءسار دلا هذم معتمج لمشى. ريوطتلاو ثحبلا جهنم ثحبلا اذه ي ف مدختسمللا جهنملا مدختسي
تينهملا سرادملا فى المعهدى تيملاسلا، نيموبيك ءقطنم ي ف قيوسنلا تاراهم جمارب اهيدل ي تلا
ي لامجا، وجيرووب ءعطاقمو، سبيبرب ءعطاقمو 10 تانيعلا دء ديدحت متب. تينهم سرادم
ذخا تينقت ذيفنت متب. تينهم سرادم 3 نم ءنوكم ءنعي لء لوصحلا تينيفولسلا ءغصلا مادختساب
قيوسنلا ءنم نم طقف تانيعلا ذخا متب ءنلا ءصصملا تينواوشعلا تانيعلا ذخا مادختساب تانيعلا
11 دملابى هو، ءقطنم لك ي ف (قرشء تيداحلا ا رسة تينهملا نور الرحمن كوارسان كبومينو،
دملارسة تينهملا الثانية الحكمة 1 سيرامفوغ برباسى و دملارسة تينهملا معاريف NU بنير
فورووؤيجو تارابتخلاو تانايبتسلالو تالاباقملاو ءظحللما تاناييلا عمج تانينقت مدختست.
تيونملا تينسلا عم ي فصولا ي ئاصحلا ليلحنلا مادختساب تاناييلا ليلحت ارجا متب. قنائلو
تيدرسلا تيفصولا تانينقتلاو فينصنلاو

ي لءام لء ثحبلا اذه جئاتن ريشء: 1 نكي مل (أ: هذيفنت متب يذلا ي مقرلا قيوسنلا ملعت ذيفنتن)
؛ لثملا وه بلاطلاو نيملعملا ي مقرلا قيوسنلا ملعت ذيفنتن نكي مل (ب)؛ ملعتلا طيطخت ي ف لثملا
ج يحصلا ي مقرلا قيوسنلا ملعت ج نومذ مادختسا مدء (ج و 2. ملعت ج نومذ ريوطت ذيفنت متب)
ءجيتنب ملعتلا تاودا لء ربيخ رابتخا تيمقرلا لامعلا ءدايرى لء مناقلا ي مقرلا قيوسنلا

97.7% تيميلعتلا داوملا لء ربيخ رابتخاو، ءلعللا ءنقلا ي ف 92.85%. ءلعللا ءنقلا ي ف
ءودحمللا براجتلا جئاتن تناكو 82,69% ءعسوما براجتلاو ءديجلا ءنقلا ي ف 90,39% ي ف
؛ ءديجلا ءنقلا 3 جئاتن تغلب ءدايرى لء مناقلا ي مقرلا قيوسنلا ريوطت ج نومذ تيلاعف رابتخا
تيمقرلا لامعلا 64.25% امامت ءلعللا ءنقلا ي ف

ي مقرلا، ي مقرلا قيوسنلا، ملعتلا ج نومذ ريوطت: تبحاتملا تاملكلا

الأعمال ريادة

***Development of a Digital Marketing Learning Model Based on Digital
Entrepreneurship for Islamic Boarding School-Based Vocational School Students***

Sutadi

NIM: 214130100002

Email: paksutadi7@gmail.com

ABSTRACT

Starting from the fact that implementing digital marketing learning for students in Islamic boarding school-based vocational schools is still not optimal, a digital marketing learning model is needed. There is a need for adjustments to the implementation of an independent curriculum in vocational education that is oriented toward developing digital marketing skills. The rapid and sophisticated development of digital technology has not been utilized optimally to support digital marketing learning.

The objectives of this research include 1) describing the implementation of digital marketing learning that has been implemented; 2) developing a digital marketing learning model based on digital entrepreneurship; and 3) determining the level of effectiveness of the digital marketing development model based on digital entrepreneurship for Islamic boarding school-based vocational school students.

The approach used in this research is the Research and Dis research and development approach. The population of this study includes all Islamic boarding school-based vocational schools with Marketing Skills Programs in Kebumen Regency, Brebes Regency and Purworejo Regency, totalling 10 Vocational Schools. The number of samples was calculated using the Slovin formula to obtain a sample of 3 vocational schools. The sampling technique was carried out using custom random sampling because samples were only taken from marketing class 11 (eleven) in each district, namely SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen, SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes and SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo. Data collection techniques include observation, interviews, questionnaires, tests, and documentation. Data analysis was done using descriptive statistical analysis with percentage, categorization and narrative descriptive techniques.

The results of this research indicate that: 1) the implementation of digital marketing learning that has been implemented: a) has not been optimal in learning planning; (b) the implementation of digital marketing learning for teachers and students has not been optimal; and c) not using the suitable digital marketing learning model; 2) The development of a digital marketing learning model based on digital entrepreneurship has carried out an expert test on learning tools with a result of 97.7% in the effective category, an expert test on learning materials of 92.85 in the effective category. The results of limited trials were 82.69% in the good category, and extensive trials were 90.38% in the good category; 3) The results of the effectiveness test of the digital marketing development model based on digital entrepreneurship were 64.25% in the quite effective category.

Keywords: Learning Model Development, Digital Marketing, Digital Entrepreneurship

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamiin, Penulis panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan disertasi yang berjudul “Pengembangan Model Pembelajaran *Digital Marketing* berbasis *Digital Entrepreneurship* bagi Peserta Didik SMK Berbasis Pesantren” dengan baik. Disertasi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu tugas dalam menyelesaikan program Doktor Studi Islam pada Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri (UIN SAIZU) Purwokerto. Pada penulisan disertasi ini, penulis tentu mengalami berbagai kendala, namun atas bimbingan dan arahan dari berbagai pihak akhirnya disertasi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan yang baik ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M. Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto atas kesempatan studi pada program S3 dan semua keumudahan yang telah diberikan sehingga lancar dalam penyelesaian studi.
2. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M. Ag., Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto atas semua motivasi dan bimbingannya sehingga penulis tepat waktu dalam penyelesaian studi.
3. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., Promotor yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahnya kepada penulis hingga terselesaikannya penulisan disertasi ini dengan baik dan tepat waktu.
4. Prof. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M., Co-Promotor yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahnya kepada penulis hingga terselesaikannya penulisan disertasi ini dengan baik dan lancar.
5. Prof. Dr. Rohmat, M.Ag., M.Pd., Ketua Program Studi S3 Doktor Studi Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan arahan kepada penulis untuk penyelesaian studi dengan tepat waktu.

6. Prof. Dr. Agus Suroso, M.Si, Penguji disertasi dari Universitas Jenderal Soedirman (Unsoed) Purwokerto yang telah menguji penulis dan memberikan masukan yang positif untuk penyempurnaan disertasi ini sehingga lebih sempurna lagi.
7. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc. M. Ag., Prof. Dr. Rohmad, M. Pd., dan Dr. Atabik, M. Ag., Penguji disertasi yang telah menguji penulis dan memberikan masukan yang positif demi perbaikan disertasi ini sehingga lebih baik lagi.
8. Guru besar dan dosen Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmu pengetahuannya sehingga penulis sangat terbantu dalam penyelesaian studi S3 pada program studi Doktor Studi Islam.
9. Yayasan Pendidikan Tamtama Yogyakarta, khususnya cabang Kabupaten Kebumen unit Kerja SMK Tamtama Karanganyar Kebumen atas kesempatan yang diberikan sehingga penulis dapat melanjutkan pendidikan hingga jenjang S3.
10. Susilo Utomo, M.Pd., Kepala SMK Tamtama Karanganyar Kebumen yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi sehingga dapat menambah pengetahuan dan keterampilan penulis untuk lebih baik di masa mendatang.
11. Keluarga besar SMK Tamtama Karanganyar Kebumen atas dukungan dan motivasinya sehingga penulis senantiasa bersemangat tiada henti untuk menyelesaikan pendidikan di jenjang S3.
12. Kepala SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen, SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes dan SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk pelaksanaan penelitian dan pengambilan data penelitian sehingga penyusunan disertasi dapat berjalan dengan lancar.
13. Ketua Program Keahlian Pemasaran SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen, SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes dan SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo yang telah memberikan bantuan atas terlaksananya penelitian dan pengambilan data penelitian sehingga penyusunan disertasi dapat berjalan dengan lancar.
14. Sri Puji Lestari, S.Pd., Guru *digital marketing* SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen atas kesediaannya membantu penulis untuk menjadi pelaksana model pembelajaran dan sekaligus sebagai sumber pengambilan data penelitian pada uji terbatas model sehingga pelaksanaan penelitian berjalan lancar.

15. Siti Mu'alifah, S.E., Guru *digital marketing* SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes yang telah membantu penulis untuk menjadi pelaksana model pembelajaran dan sekaligus sebagai pengambilan data penelitian pada uji diperluas model sehingga pelaksanaan penelitian berjalan lancar.
16. Arum Handayani, S.Pd., Guru *digital marketing* SMK Ma'arif NU 1 Bener, Purworejo atas kesediaannya membantu penulis untuk menjadi pelaksana model pembelajaran dan sekaligus sebagai sumber pengambilan data penelitian pada uji keefektifan model sehingga pelaksanaan penelitian berjalan lancar.
17. Semua peserta didik kelas 11 (Sebelas) Program Keahlian Pemasaran di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen, SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes dan SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo yang telah sebagai responden dalam penelitian ini sehingga proses penelitian dapat dilaksanakan dengan lancar.
18. Teman-teman sejawat kelas SI-B, terima kasih atas kebersamaannya selama ini dan berbagai motivasi serta dukungan yang terus menerus sehingga penyelesaian disertasi dapat diselesaikan tepat waktu.
19. Orang tua dan keluarga besar Bapak Trimowiryo yang telah memberikan do'a dan semangat baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan disertasi ini dengan lancar.
20. Muji Rahayu, S. Pd. I, istri atas semua dukungannya dan anak-anakku Fauzan Abdurrahman, Khanza Izzati Fadillah, Fahri As'ad Humam dan Muhammad Fayyadh Ramadhan atas semua waktu dan motivasinya sehingga penulis dapat dengan segera untuk menyelesaikan program S3.
21. Berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuan dan motivasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan disertasi ini dengan lancar.

Penulisan disertasi ini masih jauh dari kesempurnaan sehingga saran dan masukan yang membangun akan diterima dengan senang hati demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga disertasi dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca disertasi ini.

Purwokerto, 13 Juni 2024



Sutadi
NIM: 214130100002

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME	ii
PENGESAHAN	iii
PERSETUJUAN PROMOTOR	iv
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
D. Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Konsep Pengembangan	16
B. Deskripsi Teori yang Dikembangkan	18
1. Hakikat Pembelajaran	18
2. Model Pembelajaran	32
3. <i>Digital Marketing</i>	44
4. <i>Digital Entrepreneurship</i>	55
5. Prinsip dasar Model <i>Digital Entrepreneurship</i>	61
6. Model Pembelajaran <i>Digital Marketing</i> berbasis <i>Digital Entrepreneurship</i>	64
7. Minat Berwirausaha	69
8. Mata Pelajaran <i>Digital Marketing</i> di SMK	74
C. Hasil Penelitian yang Relevan	74
D. Kerangka Berpikir	84

BAB III METODE PENELITIAN	86
A. Pendekatan Penelitian	86
1. Pendekatan Penelitian	86
2. Populasi dan Sampel	93
3. Metode Pengumpulan Data	93
4. Subyek Penelitian	95
5. Obyek Penelitian	96
6. Teknik Analisis Data	96
B. Prosedur Pengembangan	96
1. Uji Pendahuluan	99
2. Pengembangan Model	100
3. Pengujian Produk	103
4. Pengujian dan Revisi	108
C. Analisis Produk Awal	110
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	111
A. Pelaksanaan Pembelajaran Digital Marketing di SMK Berbasis Pesantren	111
1. Permasalahan Guru dan Peserta Didik dalam Pembelajaran <i>Digital Marketing</i>	111
2. Pengembangan Produk Awal	131
B. Hasil Telaah Ahli	132
1. Hasil Telaah Ahli Perangkat Pembelajaran	134
2. Hasil Telaah Ahli Materi Pembelajaran	136
3. Hasil Telaah Ahli Skala Sikap	139
C. Uji Coba dan Revisi	139
1. Uji Coba Terbatas	139
2. Uji Coba Diperluas	147
3. Uji Keefektifan Model	153
D. Analisis Produk Akhir	160

BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI	167
A. Simpulan	167
B. Keterbatasan Penelitian	168
C. Saran Pemanfaatan dan Pengembangan Produk Lebih Lanjut	169
DAFTAR PUSTAKA	171
LAMPIRAN-LAMPIRAN	179
Lampiran 1: Hasil Telaah Ahli	180
Lampiran 2: Hasil Uji Coba	214
Lampiran 3: Surat Ijin Penelitian	249
Lampiran 4: Dokumentasi Penelitian	253
Lampiran 5: Produk Hasil Penelitian (Terpisah)	263
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	264

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Langkah-langkah Pembelajaran <i>Discovery Learning</i>	35
Tabel 2.2 Langkah-langkah Pembelajaran <i>Problem-Based Learning</i>	39
Tabel 2.3 Langkah-langkah Pembelajaran <i>Project Based Learning</i>	41
Tabel 2.4 Langkah-langkah Pembelajaran <i>Digital Entrepreneurship</i>	65
Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Ahli Materi Pembelajaran	101
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Ahli Perangkat Pembelajaran (ATP)	102
Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Ahli Perangkat Pembelajaran (Modul Ajar) ...	102
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Angket Skala Sikap	103
Tabel 3.5 Skala Likert	107
Tabel 3.6 Uji Validitas Skala Sikap	107
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas	108
Tabel 3.8 Kategori Tafsiran Efektifitas N-Gain	110
Tabel 4.1 Hasil Validasi Ahli perangkat pembelajaran	134
Tabel 4.2 Ikhtisar data Penilaian dan Review Ahli Perangkat Materi Pembelajaran	136
Tabel 4.3 Hasil Validasi Ahli materi pembelajaran	137
Tabel 4.4 Ikhtisar data Penilaian dan Review Ahli Materi Pembelajaran	138
Tabel 4.5 Hasil Validasi Ahli Skala Sikap	139
Tabel 4.6 Distribusi Respon Peserta didik pada uji coba terbatas	141
Tabel 4.7 Hasil Peneliti Terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran	142
Tabel 4.8 Respon Peserta Didik terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran pada Uji Coba Terbatas	143
Tabel 4.9. Distribusi Respon Peserta Didik Pada Uji Coba Diperluas	148
Tabel 4.10 Hasil Peneliti Terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran	149
Tabel 4.11 Respon Peserta Didik terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran pada Uji Coba Diperluas	150
Tabel 4.12. Distribusi Respon Peserta didik Pada Uji Keefektifan Model	154
Tabel 4.13 Hasil Peneliti Terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran pada Uji Keefektifan Model	155

Tabel 4.14 Respon Peserta Didik terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran pada Uji Keefektifan Model	156
Tabel 4.15 Uji T-Test	159

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Sintaks Pembelajaran <i>Digital Marketing</i> Berbasis <i>Digital Entrepreneurship</i>	69
Gambar 2.2	Kerangka Berpikir Pengembangan Model Pembelajaran <i>Digital Marketing</i> Berbasis <i>Digital Entrepreneurship</i>	85
Gambar 3.1	Rancangan Langkah-langkah Model Pengembangan Pembelajaran <i>Digital Marketing</i> Berbasis <i>Digital Entrepreneurship</i>	89
Gambar 3.2	Model Hipotetik Pengembangan Model Pembelajaran <i>Digital Marketing</i> Berbasis <i>Digital Entrepreneurship</i>	92
Gambar 3.3	Desain Pengembangan Model Pembelajaran <i>Digital Marketing</i> Berbasis <i>Digital Entrepreneurship</i>	98
Gambar 4.1	Respon Peserta Didik Terhadap Pelaksanaan Pembelajaran Pada Uji Coba Terbatas	140
Gambar 4.2	Respon Peserta Didik Terhadap Pelaksanaan Pembelajaran Pada Uji Coba Diperluas	148
Gambar 4.3	Respon Peserta Didik Terhadap Pelaksanaan Pembelajaran Pada Uji Keefektifan Model	154

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Telaah Ahli	182
Lampiran 1a. Instrumen Penilaian Ahli Perangkat Pembelajaran	184
Lampiran 1b. Instrumen Penilaian Ahli Materi Pembelajaran	194
Lampiran 1c. Instrumen Penilaian Ahli Instrumen Angket Skala Sikap	204
Lampiran 1d. Hasil Penilaian Ahli Perangkat Pembelajaran ATP	213
Lampiran 1e. Hasil Penilaian Ahli Perangkat Pembelajaran Modul Ajar	214
Lampiran 1f. Hasil Penilaian Ahli Materi Pembelajaran	215
Lampiran 1g. Hasil Penilaian Ahli Instrumen Skala Sikap	216
Lampiran 2 Hasil Uji Coba	217
Lampiran 2a. Hasil Uji Coba Terbatas	218
Lampiran 2b. Hasil Uji Coba Diperluas	230
Lampiran 2c. Hasil Uji Keefektifan Model	239
Lampiran 2d. Hasil Pengujian T-Test	249
Lampiran 3. Surat Ijin Penelitian	252
Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian	255
Lampiran 5. Produk Hasil Penelitian (Terpisah)	265
Daftar Riwayat Hidup	266

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Mata pelajaran bisnis digital merupakan salah satu mata pelajaran yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan berwirausaha yang dilakukan secara digital pada Program Keahlian Pemasaran pada jenjang Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), selain mata pelajaran muatan nasional, muatan kewilayahan dan muatan peminatan kejuruan lain seperti penataan produk, pengelolaan bisnis ritel, administrasi transaksi dan produk kreatif dan kewirausahaan. Pentingnya peningkatan keterampilan ini sesuai dengan Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 Bab I tentang ketentuan umum pasal 1 bahwa “Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk menciptakan proses pembelajaran sehingga peserta didik dapat secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kecakapan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.”¹

Peningkatan kualitas dan daya saing sumber daya manusia Indonesia juga diperkuat melalui Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2016 tentang Revitalisasi Sekolah Menengah Kejuruan untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan sesuai tugas, fungsi dan kewenangan masing-masing dalam merevitalisasi SMK dalam meningkatkan kualitas dan daya saing sumber daya manusia.² Dengan kata lain, undang-undang revitalisasi tersebut dapat dimaknai bahwa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebagai salah satu satuan pendidikan di Indonesia memiliki tujuan untuk mencetak peserta didik yang memiliki keterampilan, disiplin, handal, produktif dan profesional dibidangnya.

¹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional” (2003): h.1.

² Inpres RI, “Revitalisasi Sekolah Menengah Kejuruan Dalam Rangka Peningkatan Kualitas Dan Daya Saing Sumber Daya Manusia Indonesia,” 2016. h.4

Peningkatan kualitas peserta didik di Sekolah Menengah Kejuruan pada Program Keahlian Pemasaran dapat diupayakan melalui proses pembelajaran *digital marketing* yang berkualitas yang mengarah pada meningkatnya minat berwirausaha peserta didik. Pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* diharapkan mampu meningkatkan minat berwirausaha peserta didik SMK. Pengembangan model pembelajaran *digital marketing* ini didasarkan pada semakin meningkatnya tingkat penggunaan teknologi digital khususnya di kalangan remaja usia sekolah. Oleh karena itu, proses pembelajaran *digital marketing* perlu dilakukan sesuai perkembangan teknologi digital yang semakin meningkat dan berubah sebagai bekal menyongsong masa depan peserta didik yang sukses dan mandiri melalui peningkatan keterampilan berwirausaha.

Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 menjelaskan bahwa pembelajaran adalah proses interaksi peserta didik dengan pendidik dan sumber belajar pada suatu lingkungan belajar.³ Selain itu, proses pembelajaran juga harus mampu meningkatkan keterampilan peserta didik sesuai Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2022 tentang Standar Kompetensi Lulusan (SKL) pada jenjang Pendidikan Menengah Bab V Pasal 8 huruf b bahwa Standar Kompetensi Lulusan pada satuan pendidikan jenjang pendidikan menengah kejuruan difokuskan pada keterampilan untuk meningkatkan kompetensi peserta didik agar dapat hidup mandiri.⁴

Peningkatan minat berwirausaha yang mengarah pada kehidupan mandiri dapat dilakukan melalui proses pembelajaran *digital marketing*, dimana pada proses pembelajaran banyak menggunakan media digital sebagai sarana pembelajaran sehingga keberadaan mata pelajaran bisnis digital menjadi semakin penting untuk meningkatkan minat berwirausaha peserta didik. Pentingnya pembelajaran *digital*

³ Departemen Pendidikan Nasional, “Undang-Undang Republik Indonesia No 20 Tentang Sistem Pendidikan Nasional” (2003): h.2.

⁴ Kemenristekdikti, “Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset Dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2022 Tentang Standar Kompetensi Lulusan Jenjang Pendidikan Menengah” (2022): h.10–12.

marketing untuk diberikan kepada peserta didik telah diinstruksikan pemerintah melalui Permendikbud Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2013 tentang Kerangka Dasar dan Struktur Kurikulum Sekolah Menengah Kejuruan bahwa Mata pelajaran SMK Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen pada C.3 Paket Keahlian yang memuat 18 JP untuk kelas 11 dan 24 JP kelas 12.⁵ Selain itu dalam buku pedoman kurikulum yang terdapat pada Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah nomor 330/D.D5/KEP/KR/2017 tentang Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar (KIKD) Mata Pelajaran Kompetensi Keahlian (C3) memiliki tujuan kurikulum yang mencakup empat aspek kompetensi yaitu 1) sikap spiritual, 2) sikap sosial, 3) pengetahuan dan 4) keterampilan yang dicapai melalui proses pembelajaran intrakurikuler, kokurikuler dan ekstrakurikuler.⁶

Salah satu Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar yang terkandung didalamnya memuat kurikulum tersebut berupa mata pelajaran bisnis *online*. Mata pelajaran bisnis *online* semakin dianggap penting dengan jumlah jam pelajaran bisnis online sebanyak 490 JP@ 45 menit dengan 19 Kompetensi Dasar (KD sesuai Peraturan Direktur Jenderal Pendidikan Menengah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan nomor 464/D.D5/KR/2018 tentang Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar Sekolah Menengah Kejuruan Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen Kompetensi Keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran pada mata pelajaran bisnis *online*.⁷

Selanjutnya seiring pemberlakuan kurikulum merdeka yang ditetapkan pemerintah, terdapat perubahan istilah pada mata pelajaran bisnis *online* menjadi mata pelajaran bisnis digital memuat berbagai elemen salah satunya elemen *digital marketing*. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah memandang sangat penting keberadaan mata pelajaran bisnis digital yang bertujuan untuk mempercepat

⁵ Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, “Kerangka Dasar Dan Struktur Kurikulum Sekolah Menengah Kejuruan/Madrasah Aliyah Kejuruan,” Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2013, no. Standar Penilaian Pendidikan (2013): h.1–234.

⁶ Dirjendikdasmen, “Kompetensi Inti Dan Kompetensi Dasar SMK Bisnis Daring Dan Pemasaran” (2017): h.1.

⁷ Dirjendikdasmen, “Perdirjendikdasmen Nomor 464 Tahun 2018 Tentang KI/KD C1, C2, C3 Untuk SMK/MAK,” no. 021 (2018): h.18.

peningkatan kemandirian peserta didik melalui penambahan jumlah jam pembelajaran yang tercantum pada Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 56/M/2022 tentang Pedoman Penerapan Kurikulum Merdeka bahwa struktur kurikulum pada mata pelajaran konsentrasi keahlian bisnis digital kelas 11 SMK sebanyak 648 JP dan kelas 12 sebanyak 396 JP.⁸

Mengingat semakin pentingnya proses pembelajaran yang berkualitas untuk menunjang optimalisasi potensi peserta didik semakin diperkuat dengan terbitnya Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2022 tentang Standar Proses pada Pendidikan jenjang Pendidikan Menengah pasal 2 bahwa standar proses digunakan sebagai pedoman dalam melaksanakan proses pembelajaran yang efektif dan efisien untuk mengembangkan potensi, prakarsa, kemampuan dan kemandirian peserta didik secara optimal.⁹ Dengan semakin banyaknya peraturan pemerintah menunjukkan bahwa mata pelajaran bisnis digital memiliki peran penting untuk diberikan di jenjang SMK dengan tujuan peningkatan keterampilan dan secara optimal.

Berdasarkan program kerja Dinas Pendidikan Wilayah IX Jawa Tengah pada awal tahun 2023, tepatnya yang dilaksanakan di Kantor Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, Dinas Pendidikan Wilayah IX Jawa Tengah pada hari Kamis, 26 Januari 2023, terdapat 10 program kerja dan kegiatan peningkatan mutu antara lain: 1) Optimalisasi 8 Standar Nasional Pendidikan (SNP); 2) Peningkatan pengelolaan keuangan sekolah; 3) Penguatan SMK PK, Sekolah Penggerak, KKO dan Inklusi; 4) Pengimbasan program-program baru ke sekolah dan pemantauan pelaksanaan sekolah ramah anak, gerakan sekolah menyenangkan, profil pelajar Pancasila; 5) Kewirausahaan: mencetak wirausahawan muda; 6) Optimalisasi Musyawarah Kerja Kepala Sekolah (MKKS): rakor, berbagi praktek baik; 7) Optimalisasi Musyawarah Guru Mata Pelajaran (MGMP); 8) Pemberdayaan pengajar praktik

⁸ Kemendikbudristek, “Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset Dan Teknologi Republik Indonesia Nomo5 56/M/2022 Tentang Pedoman Penerapan Kurikulum Dalam Rangka Pemulihan Pembelajaran,” no. 23–31 (2022).

⁹ Kemendikbudristek, “Standar Proses Pada Pendidikan Anak Usia Dini, Jenjang Pendidikan Dasar Dan Jenjang Pendidikan Menengah Nomor 16 Tahun 2022” (2022).

dan guru penggerak; 9) peningkatan program kesiswaan dan 10) pemberian apresiasi.¹⁰ Berdasarkan program kerja yang direncanakan tersebut terdapat salah satu tujuan yang hendak dicapai dibidang kewirausahaan berupa mencetak wirausahawan muda di wilayah cabang IX Jawa Tengah. Hal ini semakin menambah pentingnya pembelajaran *digital marketing* yang dilakukan dengan baik agar dapat mencetak wirausahawan muda seperti yang direncanakan Dinas Pendidikan Wilayah IX Jawa Tengah pada tahun 2023.

Mengingat pentingnya program peningkatan wirausaha untuk diwujudkan oleh berbagai pihak, maka sebagai seorang pendidik perlu melakukan proses pembelajaran berkualitas yang mengarah pada peningkatan wirausaha. Oleh karena itu, mata pelajaran bisnis digital pada program keahlian pemasaran jenjang SMK dapat dilakukan pengembangan model pembelajaran yang berkualitas berupa model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*. Pentingnya model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* perlu dilakukan karena menyesuaikan kebutuhan pembelajaran yang telah berubah ke arah digital seiring perkembangan teknologi digital sehingga model pembelajaran perlu dilakukan penyesuaian dengan tuntutan perkembangan dan penguasaan teknologi untuk berwirausaha. Jadi dasar pengembangan model pembelajaran *digital marketing* ini diharapkan mampu menjawab tantangan perubahan teknologi untuk menghadapi dunia nyata melalui peningkatan minat berwirausaha. Dengan demikian penyiapan peserta didik yang berkualitas, terampil dan mandiri perlu dilakukan agar sesuai tujuan pendidikan pada sekolah kejuruan.

Minat berwirausaha merupakan keinginan, ketertarikan dan kesediaan melakukan usaha maksimal dengan kemauan keras untuk berdiri sendiri dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan.¹¹ Untuk meningkatkan minat berwirausaha peserta didik melalui proses pendidikan dapat dilakukan dengan cara menggunakan metode pembelajaran dan pemanfaatan aplikasi serta alat-alat modern mampu

¹⁰ Dinas Pendidikan Wilayah IX, "Rapat Evaluasi Dan Program Kerja Dinas Pendidikan Cabang IX Tahun 2023.Pdf," n.d.

¹¹ Isky Fadli, "Prestasi Praktik Kerja Industri Siswa Kelas Xii Teknik Otomotif SMK Negeri 1 Adiwerna Kabupaten Tegal Tahun Ajaran 2008 / 2009" (2009).

memberikan layanan terbaik dalam bisnis digital.¹² Selain itu menurut Dyah Ayu Andini dan Saino mengemukakan bahwa pembelajaran berbasis teknologi juga mampu meningkatkan minat berwirausaha.¹³ Namun pada kenyataannya nilai-nilai kewirausahaan yang selama ini ditanamkan kepada peserta didik masih rendah dalam meningkatkan minat berwirausaha. Hal ini sesuai hasil penelitian Dewi Afriyanti menunjukkan bahwa penanaman nilai kewirausahaan masih rendah sehingga perlu diberikan pemahaman wirausaha digital yang ditunjukkan dari bagaimana bisnis digital dimulai, bagaimana menghadapi masalah yang berkaitan dengan bisnis digital sampai bagaimana cara agar peserta didik tertarik berwirausaha. Oleh karena itu, diperlukan penanaman nilai-nilai berwirausaha yang mampu meningkatkan kualitas pembelajaran di sekolah pada mata pelajaran bisnis digital seperti kepercayaan terhadap diri sendiri, peningkatan daya kreatifitas, berani melakukan pengambilan resiko, memiliki target yang jelas, memiliki jiwa kepemimpinan yang baik, dan memiliki etos kerja yang tinggi.¹⁴

Berbagai manfaat dari peningkatan minat berwirausaha secara digital dapat diperoleh peserta didik melalui proses pembelajaran *digital marketing*. Semakin tinggi minat berwirausaha peserta didik, maka semakin meningkatkan ketertarikan berwirausaha sehingga memiliki kemampuan menciptakan lapangan kerja sendiri¹⁵, memberikan informasi dan wawasan yang lebih luas untuk meningkatkan nilai

¹² Klimenko Inna Palamarchuk Oksana, "Innovative Entrepreneurship and Digital Business: Development and Change in Management," no. Hs 2019 (2021): h.21–30.

¹³ Dyah Ayu Andini, "Pengembangan E-Modul Bisnis Online Berbasis Android Guna Menumbuhkan Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI BDP Di SMK Negeri 10 Surabaya" 6 (2022): 10900–10910.

¹⁴ Dewi Afriyanti et al., "Menciptakan Generasi Produktif Bermental Wirausaha Melalui Pelatihan Bisnis Online Bagi Siswa/I Kelas XII SMK Ekonomika Depok," *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat* 2, no. 1 (2022), <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPDM/article/view/17868>.

¹⁵ Joko, "Implementasi Keterampilan Vokasional Dalam Upaya Menumbuhkan Jiwa Intrepreneurship Siswa MAN 1 Kota Kediri," *REVORMA: Jurnal Pendidikan dan Pemikiran* 1, no. 1(2021):h.44–59, <http://ejournalrevorma.sch.id/index.php/mansa/article/view/5%0Ahttps://ejournalrevorma.sch.id/index.php/mansa/article/download/5/2>.

bisnis¹⁶ serta mampu memberikan layanan terbaik dalam bisnis digital.¹⁷ Dengan berbagai manfaat dari meningkatnya minat berwirausaha secara digital merupakan faktor utama tumbuhnya perekonomian dan termasuk model bisnis yang relatif baru yang muncul karena adanya revolusi teknologi digital.¹⁸ Oleh karena itu, model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* perlu dilakukan agar minat berwirausaha semakin tumbuh dan berkembang untuk mewujudkan generasi muda yang sukses.

Berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari peningkatan minat berwirausaha dibidang digital seperti yang dikemukakan Shinta Setia dalam penelitiannya bahwa bekerja sebagai wirausaha semakin populer di Indonesia karena banyak memberikan berbagai alternatif karir bagi generasi muda, fleksibilitas waktu, potensi pendapatan yang besar dan menjanjikan yang didukung oleh teknologi modern dan gaya hidup digital. Potensi ini banyak memberikan harapan positif bagi wirausaha sehingga menyebabkan semakin ketat persaingan.¹⁹ Dengan demikian, persaingan yang berhasil dimenangkan ditentukan bagaimana ketepatan pemilihan dan penerapan strategi dalam wirausaha digital yang sukses, namun demikian belum banyak ditemukan referensi sehingga diharapkan dengan dilakukannya penelitian digital marketing ini akan memberikan sumbangan pemikiran untuk pengembangan pembelajaran dibidang wirausaha digital.

Perubahan dan perkembangan teknologi yang semakin maju menyebabkan berubahnya cara berpikir dan beraktifitas yang penuh ketidakpastian sehingga diperlukan kemampuan untuk melakukan prediksi masa depan diantaranya yang berkaitan dengan permasalahan teknologi digital yang aman, kekurangan kemampuan dan stabilisasi penggunaan mesin produksi, keterampilan yang kurang memadai, kekurangan dalam merespon perubahan, otomatisasi yang

¹⁶ Mohd Zaidi Abd Rozan, "Evidence of Impact from a National Digital Entrepreneurship Apprentice Program in Malaysia," *Indonesian Journal of Innovation and Applied Sciences (IJIAS)* 2, no. 1 (2022): h.50–59.

¹⁷ Klimenko Inna Palamarchuk Oksana, "Innovative Entrepreneurship and Digital Business: Development and Change in Management," no. Hs 2019 (2021): h.21–30.

¹⁸ Cristina Fernandes et al., "Digital Entrepreneurship Platforms: Mapping the Field and Looking towards a Holistic Approach," *Technology in Society* 70, no. May (2022).

¹⁹ Shinta Setia, "Personality Profile of Successful Entrepreneurs," *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura* 21, no. 1 (2018): h.13–23.

mengakibatkan banyaknya pekerjaan yang hilang dan digantikan teknologi.²⁰ Berbagai masalah tersebut diperlukan solusi untuk pemecahan masalahnya, salah satunya dengan melakukan penelitian untuk membantu mencari pemecahan masalah atas permasalahan-permasalahan yang terjadi akibat perkembangan teknologi.

Berdasarkan data dari *We are social* menyajikan data bahwa populasi jumlah penduduk dunia lebih dari 8,01 milyar pada awal tahun 2023. Dari jumlah tersebut sebesar 57% berdomisili di wilayah perkotaan. Adapun pengguna internet di dunia awal tahun 2023 sebanyak 5,16 milyar atau sebesar 64,4 % dari total populasi global.²¹ Sementara itu berdasarkan data dari detik.com yang merilis berita bahwa pengguna internet pada awal 2023 di Indonesia mencapai 212,9 juta dari total jumlah penduduk 276,4 juta. Dari jumlah tersebut terjadi kenaikan pengguna internet dari awal tahun 2022 sebesar 5,2% atau sekitar 10 juta pengguna baru.²² Pesatnya peningkatan pengguna internet khususnya di Indonesia belum mampu dikembangkan untuk kegiatan wirausaha digital. Hal ini sesuai hasil penelitian yang dilakukan Mohamad Y. Alkhalaileh yang berjudul *Systematic Review: Digital Entrepreneurship Intention* yang menemukan bahwa kewirausahaan digital masih dalam masa pertumbuhan dan membutuhkan lebih banyak pemahaman dan penelitian untuk mengembangkan potensi peserta didik sebagai wirausaha digital.²³

Pesatnya pertumbuhan pengguna internet dan *smartphone* saat ini berdampak pada model pembelajaran khususnya bisnis digital yang diterapkan di sekolah. Selain itu, alasan semakin pentingnya bisnis digital disebabkan karena pencarian data dan informasi yang dilakukan melalui internet menempati urutan 6 dari 10 pengguna internet atau sebesar 57,8%, jauh lebih besar dibandingkan untuk melakukan komunikasi atau hubungan dengan teman dan keluarga sebesar 53,7%,

²⁰ H Muhammad Yahya, "Era Industri 4.0: Tantangan Dan Peluang Perkembangan Pendidikan Kejuruan Indonesia" (2018): h.6.

²¹ We are Social, "The Changing World of Digital In 2023 - We Are Social USA," We are social (2023): h.1–54, <https://wearesocial.com/us/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>.

²² Agus Tri Haryanto, "Jumlah Pengguna Internet RI Tembus 212,9 Juta Di Awal 2023" (2023).

²³ Mohammad Y. Alkhalaileh, "Systematic Review: Digital Entrepreneurship Intention" IX, no. 17 (2021): h.25–34.

untuk *up to date* berita dan informasi sebesar 50,9% untuk menonton video 49,7% dan penggunaan lainnya. Hal ini tentunya perlu direspon baik sekolah pada jenjang Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang memiliki Progrsm Keahlian Pemasaran khususnya pada mata pelajaran Bisnis Digital.

Menurut pendapat Agus Piranhas mengemukakan 11 (sebelas) kategori *digital marketing* untuk mengembangkan *digital marketing* antara lain; 1) buku, majalah, brosur atau katalog, 2) presentasi atau dokumen, 3) foto atau album, 4) lokasi atau peta, 5) blog atau website, 6) forum, grup atau komunitas, 7) film atau video, 8) iklan baris, 9) event atau acara, 10) media sosial dan 11) optimasi SEO.²⁴ Dari banyaknya kategori *digital marketing* masih belum banyak digunakan sebagai media untuk berwirausaha digital khususnya kategori blog atau website dan berbagai sosial media. Oleh karena itu, sangat penting bagi pendidikan untuk memahami cara merancang pengembangan program pendidikan yang lebih sesuai dengan perkembangan teknologi. Dengan demikian sebagai seorang pendidik perlu merancang proses pembelajaran agar mudah dilakukan peserta didik dengan cara yang mudah dipahami sehingga hasil pembelajaran yang dilakukan lebih optimal.²⁵ Selain itu untuk meningkatkan keterampilan berwirausaha menjadi pebisnis yang berhasil perlu memiliki kepribadian yang mendukung keberhasilan berwirausaha. Hal ini sesuai pendapat Shinta Setia mengenai tipe kepribadian yang perlu diperhatikan yaitu kepribadian wirausahawan didasarkan pada *The Big Five Model of Personality* yang menerjemahkan kepribadian ke dalam 5 (lima) yaitu kesadaran, keterbukaan terhadap pengalaman, ekstraversi, keramahan dan kestabilan emosi.²⁶

Menurut Cahyo Edi Widyatmoko mengemukakan bahwa konsep *digital entrepreneurship* agar berfungsi sebagai cara untuk menguasai halaman utama (*page one*) di mesin pencarian dapat dimulai dengan riset kata kunci (*keyword*), membuat konten, upload konten. Riset kata kunci dapat berupa produk, target pasar dan kompetitor. Namun demikian dengan pentingnya konsep *digital*

²⁴ Piranhas, "Jenis Platform Blog Dan Website Di Dunia Online" (2022): h.5–10.

²⁵ András Szűcs ProcAirina Volungeviciene, Exploring the Micro , Meso and Macro Landscape, *EDEN 2018 ANNUAL Conference*, 2018.

²⁶ Shinta Setia, "Personality Profile of Successful Entrepreneurs," *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura* 21, no. 1 (2018): h.13–23.

entrepreneurship masih belum dipahami dan diterapkan pada proses pembelajaran *digital marketing* seperti bagaimana cara melakukan analisa data digital, bagaimana membuat konten yang sesuai kaidah *digital entrepreneurship* yang mampu menempatkan website dan media sosial pada halaman utama (*page one*) mesin pencarian (*search engine*).²⁷ Demikian juga yang disampaikan Yudhi Sutrisna Adi Nugraha bahwa sukses di bidang *digital entrepreneurship* dapat dilakukan dengan melakukan riset kata kunci mengenai nama pengguna, membuat judul sesuai kata kunci, membuat deskripsi yang sesuai produk, membuat tags dan mentarget konsumen dengan tepat.²⁸

Temuan yang dilakukan berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap pelaksanaan pembelajaran digital marketing di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen, SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes dan SMK Maarif NU 1 Bener Purworejo sudah dilaksanakan dengan baik namun perlu dikembangkan lagi bagaimana caranya agar pembelajaran *digital marketing* bisa diarahkan langsung untuk mempraktekkan proses *digital entrepreneurship* seperti layaknya yang terjadi di dunia bisnis digital sesungguhnya.

Adapun wawancara yang dilakukan peneliti di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes pada hari Senin, 5 September 2022 ditemukan bahwa pada pembelajaran *digital marketing* yang dilakukan pada awal semester 1 (Bulan Juli-September 2022) ditemukan bahwa pembelajaran yang dilaksanakan telah sesuai kurikulum yang termuat pada Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar (KIKD) yaitu memahami bisnis digital mengenai pengertian bisnis digital, manfaat bisnis digital, manfaat bisnis digital saluran transaksi, komponen bisnis digital dan optimasi mesin pencari, email marketing, jejaring sosial, *analytic* sampai dengan praktek mengevaluasi dan membuat website dan media sosial sudah dilaksanakan dengan baik.

²⁷ Cahyo Edy Widyatmoko, "Riset Publising, Customer Service, Cargo and Packing" (2019).

²⁸ Yudhi Sutrisna Adi Nugraha, "Praktek Kelas Bisnis Online Siswa SMK Pemasaran" (2022).

Peneliti menemukan bahwa pada proses pembelajaran praktek cara membuat website dan media sosial belum menggunakan menerapkan kaidah kata kunci seperti yang diterapkan pada dunia usaha/dunia industri seperti nama akun *email* yang didasarkan pada kata kunci yang diperoleh dari mesin pencari yang ada seperti google. Selain itu nama akun yang digunakan untuk membuat *website* dan media sosial masih banyak menggunakan akun pribadi bukan akun bisnis. Padahal jika praktek membuat akun bisnis perlu menggunakan nama akun (*user name*) bisnis bukan nama pribadi. Selain *username*, deskripsi pembuatan artikel *website* dan media sosial belum didasarkan pada konsep AIDA dan *copywriting*, menerapkan *hashtag*, *tag* dan lokasi target kota atau wilayah yang dituju.

Temuan awal yang diperoleh dari observasi yang dilakukan peneliti di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen pada hari Rabu, 7 September 2022, pembelajaran bisnis digital juga sudah sesuai dengan KIKD yang ada mengenai memahami bisnis *online*, mengevaluasi *website* dan membuat *website*. Berdasarkan hasil pembelajaran bisnis *online* yang dilakukan masih lebih banyak bersifat teoritis, namun demikian dari hasil praktek pembuatan *website* yang dilakukan peserta didik belum menerapkan kaidah *digital marketing* seperti bagaimana cara membuat *website* dan media sosial yang sesuai dan mudah terindeks di mesin pencari seperti yang banyak dilakukan para pelaku bisnis digital dalam membuat *website* dan media sosial.

Berdasarkan hasil wawancara dengan alumni SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen yang bernama Angela Putri, Usia 19 tahun, jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran, lulus tahun 2022 yang menekuni *online shop* dengan produk *prelove* baju pada Kamis, 6 Juli 2023 yang pernah mengikuti pembelajaran bisnis *online* bahwa pembelajaran yang telah diikuti memiliki pengaruh yang positif terhadap bisnis *online* di dunia nyata berupa memahami prinsip bisnis, cara pemasaran melalui media online dan cara pelayanan yang baik. Jadi dengan belajar bisnis *online*, alumni dapat melakukan *online shop*. Namun demikian, saat ini alumni tidak lagi berjualan secara digital dikarenakan memilih untuk fokus pelatihan magang luar negeri. Selain itu, karena sulitnya membagi waktu jika harus melakukan usaha *online*. Ia juga menyampaikan ingin meneruskan usaha *online*

kepada salah satu keluarga saya, namun ternyata keluarganya tidak ada yang bisa melakukan bisnis *online*.²⁹ Demikian juga dengan alumni lain yang bernama Safrina Wahyu Unji Madani, 20 tahun, BDP, lulus tahun 2022 yang pernah berbisnis *online* NASA. Saat ini ia juga tidak melanjutkan bisnis *online* disebabkan kurang fokus walaupun ia mengatakan bahwa dengan mempelajari bisnis *online* di sekolah menjadi mengetahui SOP pelayanan pelanggan yang benar dan menarik.³⁰

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada hari Senin, 12 September 2022 di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo juga menemukan bahwa pembelajaran yang sudah dilaksanakan pada awal tahun pelajaran semester 1 juga sudah sesuai dengan KIKD yang ada yaitu tentang memahami bisnis *online* dan membuat *website*. Namun demikian pada pembelajaran praktek khususnya pembuatan *website* belum menerapkan kaidah bisnis *online* yang mudah terindeks mesin pencari seperti judul yang kurang lengkap, deskripsi yang kurang lengkap, belum ada hashtag dan lokasi yang dituju didasarkan pada target pasar yang paling banyak dicari mesin pencari.

Berdasarkan hasil temuan dari ketiga SMK yang berbasis pesantren yaitu SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen, SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes, dan SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo sangat perlu diterapkan model pembelajaran *digital marketing* yang sesuai dengan praktek yang dilakukan pelaku usaha bisnis digital yang sesungguhnya terjadi di dunia bisnis digital sehingga dari proses pembelajaran *digital marketing* akan terbentuk *digital entrepreneur* yang betul-betul mempraktekkan apa yang sesungguhnya dilakukan oleh pelaku usaha *digital entrepreneurship*. Oleh karena itu, peneliti sangat tertarik untuk mengembangkan mata pelajaran bisnis digital pada elemen pembelajaran melalui pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berupa **Pengembangan Model Pembelajaran *Digital Marketing* berbasis *Digital Entrepreneurship* bagi Peserta Didik SMK Berbasis Pesantren.**

²⁹ Angellina Putri, "Hasil Wawancara Alumni SMK" (2023). Kamis, 6 Juli 2023

³⁰ Safrina Wahyu Unji Madani, "Hasil Wawancara Alumni SMK" (2023). Kamis, 6 Juli

B. Rumusan Masalah

Adapun penelitian ini merumuskan masalah yang terdiri dari 3 rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* di SMK berbasis Pesantren?
2. Bagaimana pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK berbasis Pesantren?
3. Bagaimana tingkat keefektifan model pengembangan *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK berbasis Pesantren?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian pengembangan ini memiliki tujuan penelitian yaitu:

- a. Untuk memberikan deskripsi pembelajaran *digital marketing* yang dilaksanakan peserta didik SMK Berbasis Pesantren.
- b. Untuk menciptakan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK Berbasis Pesantren.
- c. Untuk menguji keefektifan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK Berbasis Pesantren.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki 2 (dua) kegunaan penelitian yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

a. Kegunaan Teoritis

- 1) Model pengembangan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* sebagai upaya pengembangan keilmuan di bidang *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK berbasis pesantren.
- 2) Model pengembangan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dapat menambah khasanah teori mengenai pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.

- 3) Produk dari model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* sebagai konsep teori baru dalam pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.
- 4) Model pengembangan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* berguna untuk dijadikan landasan teori pembelajaran *digital marketing*.

b. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktek dilakukannya penelitian pengembangan ini yaitu:

- 1) Pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* ini dapat dijadikan acuan bagi guru *digital marketing* untuk panduan pelaksanaan proses pembelajaran *digital marketing* sesuai praktek nyata yang dilaksanakan di dunia bisnis nyata.
- 2) Model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* ini dapat dijadikan sebagai acuan guru *digital marketing* dalam pengambilan nilai pada proses asesmen yang meliputi asesmen sikap, pengetahuan dan keterampilan secara komprehensif.
- 3) Model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dapat dijadikan pilihan model maupun perbaikan kurikulum pada pembelajaran *digital marketing* sesuai kaidah *digital entrepreneurship*.
- 4) Model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* sebagai bahan supervisi pembelajaran *digital marketing* di kelas.
- 5) Melatih dan meningkatkan daya kritis dan kreatifitas peserta didik untuk pemanfaatan teknologi digital dengan baik.
- 6) Menjadi model kurikulum pembelajaran *digital marketing* yang dirancang dengan untuk dapat digunakan sebagai metode pemecahan masalah yang dihadapi dalam dunia kehidupan nyata.

D. Sistematika Penulisan

Penelitian ini dibagi menjadi 3 (tiga) bagian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi dan bagian akhir. Pertama, Bagian awal berisi halaman judul, pernyataan keaslian dan bebas plagiarisme, lembar persetujuan, abstrak (Bahasa Indonesia, Bahasa Arab dan Bahasa Inggris), kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar dan daftar lampiran. Kedua, bagian isi terdiri dari 5 bab yang terdiri dari: 1) Bab I Pendahuluan berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian; 2) Bab II Landasan teori berisi konsep pengembangan, deskripsi teori yang dikembangkan, hasil penelitian yang relevan dan kerangka berpikir; 3) Bab III Metodologi Penelitian berisi paradigma dan pendekatan penelitian, prosedur pengembangan dan analisis produk; 4) Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan berisi pelaksanaan pembelajaran *digital marketing*, hasil validasi ahli, uji coba dan revisi serta pembahasan produk; 5) Bab V Simpulan dan Rekomendasi berisi simpulan, keterbatasan penelitian dan saran pemanfaatan serta pengembangan produk lebih lanjut. Ketiga, bagian akhir berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran (hasil telaah ahli, hasil uji coba, surat ijin penelitian, dokumentasi, produk hasil penelitian atau terpisah), daftar riwayat hidup.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Pengembangan

Berawal dari masih rendahnya minat wirausaha peserta didik SMK berbasis pesantren di era digital, maka diperlukan pengembangan melalui pembelajaran *digital marketing*. Salah satu bentuk pengembangan pembelajaran *digital marketing* berupa pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*. Kemajuan teknologi belum dimanfaatkan secara baik dan maksimal untuk kemajuan dibidang pendidikan khususnya proses pembelajaran *digital marketing*, di samping semakin tingginya tingkat persaingan *digital marketing*. Berubahnya cara berpikir dan beraktifitas yang penuh ketidakpastian sehingga diperlukan kemampuan untuk melakukan prediksi masa depan. Kewirausahaan digital masih dalam masa pertumbuhan dan membutuhkan lebih banyak pemahaman dan penelitian dari para untuk mengembangkan potensi peserta didik sebagai wirausaha digital. Perlu dikembangkan lagi bagaimana caranya agar pembelajaran *digital marketing* bisa diarahkan langsung untuk mempraktekkan *digital marketing* yang bisa diterapkan secara langsung seperti layaknya yang terjadi di dunia bisnis digital sesungguhnya. Banyaknya kategori *digital marketing* yang berbasis *website* dan media sosial belum banyak digunakan sebagai alat untuk berwirausaha digital.

Belum banyak dilakukan riset kata kunci sebagai dasar pembuatan master konten dalam pembuatan *website* dan media sosial sesuai kata kunci. Belum dipahami dan diterapkan pada proses pembelajaran *digital marketing* seperti bagaimana cara melakukan analisa data digital, bagaimana membuat konten yang sesuai kaidah yang mampu menempatkan *website* dan media sosial pada halaman utama (*page one*) halaman pencarian (*search engine*).

Proses pembelajaran *digital marketing* pada praktek pembuatan *website* dan media sosial belum menggunakan menerapkan kaidah *digital entrepreneurship* seperti yang diterapkan pada dunia usaha/dunia industri seperti nama akun *email*

yang didasarkan pada kata kunci, deskripsi pembuatan artikel *website* dan media sosial belum didasarkan pada konsep AIDA dan *copywriting*, menerapkan *hashtag*, *tag* dan lokasi target kota atau wilayah yang dituju.

Hasil praktek pembuatan *website* dan media sosial yang dilakukan peserta didik belum menerapkan kaidah *digital entrepreneurship* tentang cara membuat *website* dan media sosial yang sesuai dan mudah terindeks di mesin pencari. Bidang kajian dan penelitian yang membahas *digital entrepreneurship* masih relatif baru dan masih dalam proses pengembangan serta belum banyak tersedia buku referensi yang mendukung model pembelajaran *digital marketing*. Masih minimnya model pembelajaran *digital marketing* di SMK berbasis pesantren yang mengembangkan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*. Prinsip pengembangan *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* melalui proses pembelajaran yang didasarkan pada kaidah-kaidah *digital entrepreneurship* yang dipraktekkan pada bisnis nyata di dunia usaha/ dunia industri bisnis digital.

Adapun model *digital entrepreneurship* mengaju pada pendapat Cahyo Edy Widyatmoko menjelaskan konsep *digital entrepreneurship* mulai dari riset kata kunci, membuat master konten, *upload*, optimasi, *customer service*, *cargo* dan pengiriman berikut ini.³¹

1. Riset kata kunci (*Research Keyword*)

Untuk memulai membuat konten yang menarik diperlukan kemampuan dasar berupa riset kata kunci dan penentuan target pasat. Adapun riset kata kunci dapat dilakukan pada:

- a. Produk berupa *product knowledge*, target pemasaran, pengemasan dan pengiriman.
- b. Kata kunci (*keyword*) berupa menentukan *keyword* dan media yang digunakan.
- c. Kompetitor atau pesaing.

2. Membuat master konten (*Content*)

Master konten berupa artikel, gambar, foto, video, presentasi dan sebagainya.

³¹ Cahyo Edy Widyatmoko, "Riset Publisng, Customer Service, Cargo and Packing (2020)"

3. Mengupload konten melalui berbagai media

Setelah master konten dibuat berdasarkan riset kata kunci selanjutnya dilakukan unggahan (*posting*) akun dan *link* melalui berbagai media seperti pasar *website* dan *maps*, *marketplace*, media sosial, video, forum iklan dan sebagainya.

4. Melakukan optimasi SEO (*Search Engine Optimization*) dengan cara melakukan *indexing*, *page one*, dan *domination*.

5. Melakukan pelayanan pelanggan (*customer service*)

6. Melakukan *cargo* dan pengiriman.

B. Deskripsi Teori yang Dikembangkan

Pada pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK berbasis Pesantren yang dilakukan peneliti, terlebih dahulu disajikan teori-teori yang mendasari dilakukannya penelitian pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK berbasis Pesantren berikut ini.

1. Hakikat Pembelajaran

a. Pengertian Pembelajaran

Dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal 1 ayat 20 dinyatakan bahwa pembelajaran adalah proses interaksi peserta didik dengan pendidik dan sumber belajar pada suatu lingkungan belajar.³² Proses interaksi sebagai bentuk komunikasi yang dilakukan pendidik dapat direncanakan dengan baik, dilakukan secara sadar dan sistematis sehingga diharapkan menghasilkan adanya perubahan perilaku yang relatif lama dan adanya kemampuan baru peserta didik yang melakukan usaha belajar. Dengan demikian pembelajaran dapat dimaknai sebagai proses terjadinya komunikasi timbal balik di lingkungan belajar tertentu antara guru sebagai pendidik dengan peserta didik yang melakukan kegiatan belajar.

³² Departemen Pendidikan Nasional, "Undang-Undang Republik Indonesia No 20 Tentang Sistem Pendidikan Nasional."

Pembelajaran dapat berarti kegiatan menggali kemampuan dari masing-masing diri peserta didik dengan optimal sehingga memerlukan bantuan orang lain khususnya pendidik. Dengan demikian, diperlukan cara yang efektif dalam menciptakan program pembelajaran yang baik melalui bantuan guru untuk memaksimalkan pengetahuan dan kemampuan yang telah dimiliki peserta didik. Hal ini selaras pendapat Dimiyati dan Muddjiono dalam Syaiful Sagala yang mengemukakan pentingnya desain instruksional terprogram dalam membuat pembelajaran yang aktif dengan memanfaatkan sumber belajar yang tersedia yang perlu dilakukan guru sebagai pendidik.³³ Dapat dikatakan bahwa pembelajaran memiliki makna sebagai aktifitas guru dalam melakukan perancangan pembelajaran dalam rangka membantu menggali kemampuan yang telah dimiliki peserta didik agar dapat berkembang secara optimal.

Pembelajaran menurut pendapat Mayer merupakan aktifitas yang dilakukan guru sebagai pendidik untuk membantu perubahan sikap, peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta didik sesuai capaian pembelajaran yang diharapkan.³⁴ Dalam proses pembelajaran dapat meliputi berbagai komponen pembelajaran baik guru, strategi pembelajaran, model pembelajaran, buku dan bahan belajar, termasuk sarana dan prasarana belajar. Menurut Gagne, proses pembelajaran dapat diartikan sebagai perubahan tingkah laku peserta didik sebagai hasil proses pembelajaran yang telah dilakukan melalui interaksi guru sebagai pendidik dengan peserta didik yang melakukan kegiatan belajar.³⁵ Kegiatan belajar yang merupakan bentuk interaksi pendidik dengan peserta didik dalam melakukan komunikasi dalam proses pembelajaran yang dilakukan dengan baik. Jadi pembelajaran menurut pendapat Gagne & Briggs merupakan suatu proses yang diselenggarakan guru agar peserta didik dapat melakukan aktifitas belajar sehingga dapat memperoleh dan memproses pengetahuan, sikap dan keterampilan yang dari apa yang

³³ Syaiful Sagala, "Konsep Dan Makna Pembelajaran" (Bandung: Alfabera, 2011).

³⁴ Richard E. Mayer, "Multimedia Learning" (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009).

³⁵ W.W. Wagner R.M. Gagne, L.I. Briggs, "Principles of Instructional Design (4th Ed.). New York: Holt, Reinhart and Winston" (1992): H.73.

dipelajarinya.³⁶ Pembelajaran merupakan kegiatan komunikasi interaktif dua arah yang dilakukan pendidik dengan peserta didik pada suatu lingkungan belajar tertentu yang secara sadar dan terprogram dirancang untuk mencapai tujuan belajar berupa perubahan sikap, pengetahuan dan keterampilan yang baru.³⁷

b. Teori Pembelajaran

Perubahan tingkat laku merupakan salah satu tujuan dilakukannya proses belajar. Tingkah laku yang berubah pada peserta didik merupakan wujud pelaksanaan proses pembelajaran yang baik apabila perubahan yang terjadi memiliki daya tahan yang lama dan adanya peningkatan potensi yang dihasilkan melalui kegiatan usaha.³⁸ Pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* pada penelitian ini dilakukan berdasarkan berbagai teori belajar yang telah dikembangkan sebelumnya untuk membangun pola pikir yang memiliki struktur sistematis ada.

Adapun secara umum terdapat 4 (empat) teori psikologi pembelajaran yang menjadi dasar pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* yaitu behavioristik, kognitivistik, humanistik dan konstruktivistik. Teori behavioristik menitikberatkan pada perubahan peserta didik yang bersifat tetap, dapat diukur dan diamati. Menurut teori ini seseorang yang melakukan proses belajar tertentu dapat mempengaruhi tingkah laku sebagai wujud dari sesuatu yang dipelajarinya. Oleh karena itu, teori ini dapat dimaknai sebagai proses belajar yang dilakukan dalam proses pendidikan mampu mempengaruhi hasil belajar peserta didik yang positif.

Teori kognitivisme menurut Fauzi merupakan teori belajar ini menganggap bahwa hasil belajar tidak lebih penting dari proses belajar. Jadi penekanan pada teori belajar ini terletak pada proses mengetahui yang mengarah kepada struktur pikiran dan pengorganisasian pengalaman dibanding

³⁶ L. J. Gagne, R. M., & Briggs, "Principle of Instruction Design. New York: Holt Rinehart and Winston." (1979): h.3.

³⁷ Fauzi dan Andit Triono, "Dasar-dasar Dan Teori Pendidikan" (2021): h.143-144.

³⁸ Nana Sudjana, "Teori-Teori Belajar Untuk Pengajaran" (Jakarta: FEUI, 1991).

perilaku, serta memandang individu sebagai organisme yang aktif dan kreatif dalam menyusun stimulus yang diterima dari lingkungan. Jadi berdasarkan teori ini dapat dijadikan sebuah studi yang menekankan bagaimana orang menerima, belajar, mengingat dan berfikir tentang informasi. Dengan demikian teori ini mengedepankan proses interaksi yang menginternalisasikan pemahaman dan pengalaman pada peserta didik sehingga dapat berkembang pada level yang lebih tinggi.

Pada teori humanistik memandang belajar dari sudut pandang subjeknya bukan pengamatnya. Penekanan teori belajar ini bertujuan memanusiakan manusia seutuhnya sehingga proses pendidikan haruslah mampu mengembangkan peserta didik secara holistik baik akal, nurani dan tindakannya. Selain itu teori humanisme memandang konten belajar lebih penting daripada proses belajar sehingga diharapkan pendidikan dapat membentuk manusia seutuhnya sebagai proses aktualisasi diri yang unik. Jadi teori ini menitikberatkan proses pembelajaran pada manusia sebagai pembelajar yang mampu memahami dirinya dan lingkungan sekitarnya.³⁹

Teori konstruktivistik menekankan pada keunikan individu yang melakukan aktifitas belajar melalui proses pemikiran dan penafsiran terhadap suatu kejadian yang dialami pembelajar. Untuk mewujudkan pembelajaran berdasarkan konsep konstruktivistik perlu memperhatikan 6 (enam) komponen yaitu: 1) belajar aktif; 2) keterlibatan peserta didik secara dalam pembelajaran; 3) belajar yang menarik dan menantang; 4) ada keterkaitan antara informasi baru dengan informasi lama sebelumnya; 5) kemampuan peserta didik merefleksikan pengetahuan yang dipelajarinya; dan 6) peran guru sebagai fasilitator untuk mengkonstruksi belajar peserta didik.⁴⁰

c. Komponen Pembelajaran

Salah satu ciri khas utama kegiatan pembelajaran berupa adanya interaksi berbagai komponen pembelajaran baik pendidik, peserta didik lain yang sebaya, tutor, alat belajar dan sumber-sumber belajar. Menurut Sumiati dan Asra

³⁹ Triono, "Dasar-dasar Dan Teori Pendidikan." h.142-144

⁴⁰ Benny A. Pribadi, "Model Desain Sistem Pembelajaran" (Jakarta: Dian A., 2010).

terdapat 3 (tiga) komponen pembelajaran yang terdapat pada kegiatan pembelajaran terdiri dari pendidik, konten belajar dan peserta didik.⁴¹ Dari ketiga komponen pembelajaran tersebut diharapkan mampu mencapai tujuan pembelajaran yang sudah direncanakan.

1) Tujuan Pembelajaran

Berikut ini beberapa tujuan dari pembelajaran menurut Fauzi dan Andit Triono berikut ini.⁴²

- a) Tujuan umum merupakan pencapaian kedewasaan melalui proses pendidikan yang akan membawa manusia mencapai kemanusiaannya berupa perkembangan kecakapan fisik, moralitas, intelektualitas, sosial dan religiusitasnya.
- b) Tujuan khusus merupakan diversifikasi dari tujuan umum pendidikan sehingga menjadi tujuan-tujuan khusus yang lebih konkrit dan operasional sehingga mudah dicapai dan disesuaikan usia peserta didik, jenis kelamin, sifat, bakat, kemampuan intelegensi, lingkungan masyarakat dengan seperangkat kebudayaannya, kebutuhan dunia industri dan sebagainya.
- c) Tujuan pelengkap merupakan bagian dari tujuan umum pendidikan yang memiliki sifat parsial untuk melengkapi aspek kepribadian manusia seperti aspek kesusilaan sehingga peserta didik memiliki karakter kesusilaan sebagai dimensi tertentu yang hendak dicapai melalui proses pendidikan.
- d) Tujuan sementara merupakan tujuan yang berkaitan dengan pencapaian yang diraih peserta didik pada setiap tahapan perkembangannya mulai anak awal, pertengahan remaja, remaja, dewasa awal, dewasa dan usia lanjut.
- e) Tujuan *intermediet* merupakan tujuan yang menjadi perantara tujuan lainnya dalam proses pendidikan seperti kemampuan peserta didik

⁴¹ Sumiati dan Asra, "Metode Pembelajaran" (Bandung: CV. Wacana Prima, 2009).h.3

⁴² Triono, "Dasar_dasar Dan Teori Pendidikan." h.32-36

menguasai bahasa dengan baik sebagai perantara untuk mencapai tujuan sementara dan tujuan lainnya.

- f) Tujuan insidental merupakan tujuan yang berkaitan dengan peristiwa tertentu yang tidak direncanakan sebelumnya atau bersifat spontanitas karena pada proses pendidikan terkadang terjadi tanpa diduga sebelumnya.

Jadi tujuan pendidikan memiliki banyak tujuan yang pada akhirnya akan membentuk sikap, menambah pengetahuan dan keterampilan peserta didik menjadi lebih baik sebagai seorang pembelajar. Adapun tujuan pembelajaran merupakan suatu tingkat laku yang dapat dilakukan pengamatan dan pengukuran pada proses pembelajaran sebagai gambaran dari pengetahuan, sikap dan keterampilan serta kemampuan yang merupakan tujuan dari pembelajaran.⁴³ Hal ini diperkuat lagi oleh pendapat B. Suryosubroto yang menyatakan mengenai tujuan pembelajaran merupakan rumusan terperinci yang memuat segala sesuatu dimana peserta didik diwajibkan untuk mampu menguasai setelah melewati proses pembelajaran yang dilakukan secara berhasil.⁴⁴ Dengan demikian tujuan pembelajaran perlu dibuat rumusan yang jelas untuk dijadikan acuan atau standar yang harus dicapai apabila proses pembelajaran yang dilakukan dapat dikatakan berhasil.

Dalam menyusun Alur dan Tujuan Pembelajaran (ATP) dan Modul Ajar (MA) salah satu point yang harus ada berupa adanya tujuan pembelajaran sebagai sesuatu yang akan diraih. Dengan demikian, ATP dan modul ajar harus dikembangkan secara tepat. Sesuai panduan penyusunan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan pada jenjang SMK berbasis Pesantren dijelaskan bahwa guru atau kelompok guru harus membuat dan mengembangkan perencanaan pembelajaran dalam bentuk RPP, modul ajar atau perangkat pembelajaran lainnya yang mengacu pada silabus atau ATP yang telah dikembangkan melalui *workshop* penyusunan perangkat

⁴³ H Daryanto, "Evaluasi Pendidikan" (Jakarta: Rineka Cipta, 2005). h.58

⁴⁴ B. Suryabrata, "Dasar-Dasar Kepemimpinan" (Jakarta: Rineka Cipta, 1990).h.32

pembelajaran. Adapun komponen ATP atau modul ajar minimal memuat 4 (empat) hal antara lain:

- a) Identitas ATP atau modul ajar
- b) Tujuan Pembelajaran
- c) Aktifitas Pembelajaran berupa aktifitas awal, inti dan akhir
- d) Asesmen

Dari penjelasan komponen ATP atau modul ajar tersebut harus mampu membentuk sikap, menambah pengetahuan dan keterampilan peserta didik menjadi lebih baik sebagai seorang pembelajar sebagai tujuan pembelajaran menggambarkan dimensi kompetensi yang harus dikuasai peserta didik.⁴⁵

2) Materi Pembelajaran

Materi pelajaran merupakan salah satu komponen penting proses pembelajaran yang terdapat pada kurikulum pendidikan sehingga harus memuat tema, sub tema dan rinciannya. Jadi dapat dikatakan bahwa isi materi yang terdapat pada mata pelajaran mencerminkan proses pembelajaran. Menurut pendapat Syaiful Bahri Djamarah, dkk bahwa materi pembelajaran sebagai inti atau substansi dari proses belajar mengajar yang disampaikan sehingga tanpa adanya materi pembelajaran maka kegiatan belajar mengajar belum dapat dikatakan terlaksana.⁴⁶ Dengan demikian, materi pembelajaran perlu disusun secara urut sehingga tujuan pembelajaran memiliki tujuan dan urutan yang jelas.

Materi pembelajaran yang dikembangkan harus tujuan pembelajaran yang akan dicapai sehingga harus memperhatikan pemilihan materi pembelajaran sesuai sistem dan strategi pembelajaran yang akan diterapkan. Menurut Harjanto bahwa untuk mengembangkan materi pembelajaran yang urut dan baik dapat memperhatikan hal-hal di bawah ini.⁴⁷

⁴⁵ Keputusan Kadinaskidbud Provinsi Jawa Tengah, "Panduan Penyusunan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan Berbasis Elektronik (E-KTSP) Pada Satuan Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan Di Provinsi Jawa Tengah" (2021): 25.

⁴⁶ Syaiful Bahri Djamarah, "Strategi Belajar Mengajar" (Jakarta: Rineka Cipta, 2006).

⁴⁷ Harjanto, "*Perencanaan Pembelajaran*" (Jakarta: Rineka Cipta, 205AD).

a) Menetapkan tujuan yang jelas

Kemudahan pencapaian tujuan pembelajaran dipengaruhi oleh kejelasan tujuan pembelajaran yang akan dicapai. Apabila tujuan pembelajaran dengan jelas dapat ditetapkan, maka akan semakin jelas dan mudah juga dalam rangka untuk mencapai tujuannya, demikian pula sebaliknya, apabila menjadi sulit untuk mencapai tujuan yang kurang jelas. Dengan demikian menetapkan tujuan yang jelas berpengaruh terhadap kemudahan dalam mencapai tujuan pembelajaran.

b) Menjabarkan tujuan pembelajaran yang spesifik

Setelah tujuan pembelajaran ditetapkan dengan jelas, selanjutnya dibuat rincian materi pembelajaran secara khusus yang lebih spesifik agar mudah diamati dan diukur sehingga antara materi pembelajaran lebih menarik.

c) Menyesuaikan kebutuhan peserta didik

Kebutuhan peserta didik harus diketahui oleh seorang pendidik agar pengembangan kemampuan peserta didik lebih mudah dilakukan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengetahui apa yang dibutuhkan peserta didik sehingga pendidik mampu memilih dan memberikan materi pelajaran yang benar-benar dibutuhkan sehingga dapat sesuai kebutuhan peserta didik dan menarik motivasi belajarnya.

d) Menyesuaikan kondisi lingkungan

Materi pembelajaran yang baik perlu menyesuaikan pada tujuan pembelajaran yang bertujuan pada kehidupan peserta didik secara mandiri sesuai kondisi lingkungannya. Dengan demikian, pendidik dapat melihat kondisi yang ada untuk dijadikan pertimbangan pemilihan materi pelajaran yang akan disampaikan sehingga peserta didik memperoleh pengalaman edukasi yang berguna untuk mempermudah penyesuaian diri peserta didik.

e) Mengandung nilai etika

Salah satu aspek yang dikembangkan pada proses pembelajaran selain peningkatan pengetahuan dan keterampilan berupa

perkembangan aspek sikap dan etika sehingga mata pelajaran yang diberikan diharapkan memiliki seperangkat aturan dan tata etika yang ada pada masyarakat.

f) Penyusunan materi pelajaran yang logis dan sistematis

Salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan agar materi pelajaran mudah dipelajari dan dipahami peserta didik berupa penyusunan materi pelajaran yang sistematis dan bertahap tahap perkembangan peserta didik. Semakin jelas ruang lingkup materi pelajaran dengan penyusunan yang sistematis, akan semakin mempermudah diserap peserta didik sehingga akan semakin besar pula tingkat keberhasilan belajar peserta didik.

g) Memiliki sumber yang jelas

Materi yang baik harus didasarkan pada sumber belajar yang jelas dan merujuk pada para ahli dan sumber-sumber buku yang terpercaya lainnya serta berlaku berdasarkan kurikulum yang diterapkan di sekolah.

Berdasarkan beberapa pengembangan materi pembelajaran yang urut dan baik tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa materi pembelajaran yang baik untuk menunjang proses pembelajaran yang berkualitas perlu disusun secara urut dan terjabarkan dengan baik sehingga mudah dilaksanakan sesuai kebutuhan dan kondisi lingkungan masyarakat serta memiliki segi etika dan norma yang baik berdasarkan sumber-sumber yang jelas dan terpercaya.

3) Metode Pembelajaran

Untuk mencapai tujuan pembelajaran yang baik perlu ditetapkan metode pembelajaran dengan tepat. Hal ini disebabkan karena metode pembelajaran merupakan cara yang dilakukan untuk penyajian dan penguraian materi pelajaran. Jadi metode pembelajaran yang tepat diharapkan mampu meningkatkan ketercapaian tujuan pembelajaran yang baik. Hal ini sesuai pendapat Sumiati dan Asra menekankan pentingnya ketepatan dalam pemilihan dan penggunaan metode pembelajaran yang

akan digunakan sesuai potensi pendidik, situasi peserta didik, alat dan media yang tersedia dan alokasi waktu yang tersedia.⁴⁸

Berdasarkan uraian tersebut bahwa keberhasilan proses pembelajaran dapat dipengaruhi pemilihan metode pembelajaran yang tepat sehingga memungkinkan peserta didik belajar dengan optimal dari berbagai aspek afektif, kognitif dan psikomotornya. Untuk memaksimalkan penggunaan metode pembelajaran perlu ada penyesuaian antara tujuan yang hendak dicapai dalam pembelajaran, isi atau materi apa yang disampaikan dalam proses pembelajaran, potensi dan keahlian pendidik dalam menyampaikan pembelajaran, metode pembelajaran, situasi belajar, ketersediaan alat, sumber dan alokasi waktu yang tersedia.

4) Media pembelajaran

Komponen pembelajaran yang ikut mendukung keberhasilan pencapaian tujuan pembelajaran berupa adanya media pembelajaran yang turut membantu kelancaran interaksi pendidik dengan peserta didik. Menurut Rudi Susilana dan Cipi Riyana media pembelajaran menurut lokasi penggunaannya dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) berikut ini.⁴⁹

a) Media pembelajaran di dalam kelas

Keberhasilan proses pembelajaran dapat dipengaruhi ketersediaan media pembelajaran yang ada, memadai dan berfungsi dengan baik. Mengingat pentingnya peran media pembelajaran untuk mendukung kelancaran proses pembelajaran, maka media pembelajaran yang tepat, sesuai dan berfungsi baik. Oleh karena itu guru yang melakukan proses pembelajaran di dalam kelas harus mampu memilih dan memanfaatkan media pembelajaran secara tepat sesuai tujuan pembelajaran, isi pelajaran yang disampaikan dan bagaimana strategi yang paling tepat berkaitan dengan penggunaan media yang digunakan.

⁴⁸ Sumiati dan Asra, "*Metode Pembelajaran*." h.92

⁴⁹ Cipi Riyana Rudi Susilana, "*Media Pembelajaran*" (Bandung: CV. Wacana Prima, 2008).

b) Media pembelajaran di luar kelas

Semua media di luar kelas yang mempengaruhi kegiatan proses pembelajaran peserta didik dapat dikatakan sebagai media pembelajaran di luar kelas. Penggunaan media pembelajaran di luar kelas dapat melibatkan berbagai pihak baik orang tua maupun lingkungan luar kelas. Terdapat 2 (dua) media pembelajaran di luar kelas yaitu:

(1) Media tidak terprogram

Media pembelajaran ini merupakan media yang digunakan secara tidak terprogram karena penggunaan mediana bersifat bebas tanpa adanya kontrol dan pengawasan oleh guru atau sekolah karena tidak berprogram dalam kurikulum sekolah. Media ini terjadi pada masyarakat yang bersifat luas seperti media massa dan sejenisnya.

(2) Media secara terprogram

Media pembelajaran terprogram adalah media pembelajaran yang telah diatur secara baik dan urut sesuai perencanaan dan kebutuhan kurikulum sesuai tujuan pembelajaran yang akan dicapai.

Berdasarkan definisi dan penggunaan media pembelajaran tersebut, maka secara umum media pembelajaran memiliki pengertian sebagai suatu alat yang dapat berfungsi sebagai media penyampaian informasi yang dilakukan satu pihak (pendidik) kepada pihak lain (peserta didik) untuk mencapai tujuan pembelajaran. Oleh karena itu, pemilihan dan penentuan media pembelajaran yang digunakan perlu disesuaikan keperluan dan kebutuhan peserta didik dan kurikulum yang berlaku.

5) Evaluasi Pembelajaran

Menurut J. Cronbach dalam Suryadi kegiatan evaluasi merupakan suatu aktifitas yang dilakukan untuk memeriksa kegiatan pembelajaran yang dilakukan secara sistematis dari adanya pelaksanaan program pembelajaran yang dilaksanakan.⁵⁰ Sedangkan menurut Harjanto, evaluasi pembelajaran diartikan sebagai aktifitas penilaian terhadap aktifitas

⁵⁰ Suryadi, "Metode Pembelajaran" (Bandung: CV. Wacana Prima, 2009). h.212

pembelajaran baik yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif.⁵¹ Berdasarkan beberapa definisi tersebut bahwa evaluasi pembelajaran memiliki fungsi penting untuk melakukan pemeriksaan terhadap proses pembelajaran yang telah dilakukan dan dapat sebagai indikasi berhasil tidaknya suatu program pembelajaran yang telah dilakukan.

Aktifitas pemeriksaan pembelajaran bagi guru sebagai pendidik memiliki fungsi diantaranya: 1) mengetahui pemahaman dan penguasaan peserta didik atas materi pelajaran yang diberikan guru; 2) mengetahui hal-hal yang sudah dikuasai atau belum dikuasai peserta didik sehingga upaya perbaikan dapat dilakukan dengan tepat; dan 3) memberikan penguatan atas pencapaian skor tertinggi yang dicapai peserta didik dan sebagai motivasi agar peserta didik belajar lebih baik.

Secara umum dari pengertian tentang evaluasi pembelajaran tersebut dapat diartikan bahwa kegiatan evaluasi pembelajaran mempunyai fungsi penting untuk menilai kemajuan dan keberhasilan belajar. Oleh karena itu, pemeriksaan pembelajaran perlu dibuat sebaik-baiknya sehingga berguna sebagai alat penilaian kemampuan peserta didik setelah mengikuti pembelajaran.

6) Peserta didik

Peserta didik merupakan individu yang berusaha mengembangkan kemampuan dirinya melalui kegiatan pembelajaran. Berdasarkan Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 bab 1 pasal 1 yang menyebutkan bahwa peserta didik adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang dan jenis pendidikan tertentu”.⁵² Untuk mengembangkan kemampuan peserta didik perlu mempunyai disiplin dalam belajar yang tinggi pengendalian diri yang baik. Selain itu peserta didik sebagai pembelajar harus bersikap dan berperilaku baik agar dapat

⁵¹ Harjanto, “Perencanaan Pembelajaran.”h.277

⁵² Departemen Pendidikan Nasional, “Undang-Undang Republik Indonesia No 20 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.”(2003)

berhasil belajar dengan baik sehingga memiliki kemampuan untuk melakukan sesuatu secara dengan baik.

7) Pendidik dan Tenaga Kependidikan

Menurut Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 pasal 39 disebutkan bahwa “tenaga kependidikan bertugas melaksanakan administrasi, pengelolaan, pengembangan, pengawasan dan pelayanan untuk menunjang proses pendidikan pada satuan pendidikan.” Dengan demikian, guru sebagai teladan harus memiliki penampilan menarik agar dapat dijadikan contoh bagi banyak kalangan baik di sekolah, keluarga maupun masyarakat umum. Selain itu, guru sebagai pendidik dianggap sebagai orang yang memiliki kharisma tinggi karena memiliki peran penting dalam mendidik manusia sehingga jasa-jasanya begitu besar.

Menurut E. Mulyasa dalam Martinis Yamin dan Maisah, guru sebagai pendidik memiliki peran besar atas keberhasilan pembelajaran yang dilaksanakan di sekolah. Hal ini disebabkan karena potensi peserta didik baik berupa minat, bakat maupun kemampuan lain dapat berkembang dengan baik apabila memperoleh bimbingan dan arahan sebagai bentuk peran guru.⁵³ Menurut pendapat Suciati, dkk pendidik memiliki tugas penting dalam proses pembelajaran yang efektif berupa mengelola kelas dan mengelola pembelajaran. Pengelolaan kelas dalam kegiatan belajar perlu diciptakan dengan kondusif dan baik sehingga dapat memunculkan potensi yang dimilikinya. Peran pendidik dalam proses pembelajaran efektif berupa penciptaan lingkungan belajar yang kondusif dalam kelas.⁵⁴ Oleh karena itu, peran guru sangat dibutuhkan karena berperan mengembangkan potensi peserta didik baik minat, bakat maupun potensi lain khususnya dalam pengelolaan kelas.

⁵³ Maisah Yamin, Martinis, “Manajemen Pembelajaran Kelas. Strategi, Meningkatkan Mutu Pembelajaran” (2009).h.101

⁵⁴ Suciati, dkkI. “Belajar Dan Pembelajaran 2” (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007).

8) Lingkungan Belajar

Menurut pendapat M. Dalyono lingkungan merupakan segala material dan rangsangan baik yang berada pada diri dan luar individu baik bersifat fisiologis, psikologis maupun sosio kultural.⁵⁵ Lingkungan juga merupakan keseluruhan kondisi yang terletak di lingkungan sekitar peserta didik yang berpotensi mempengaruhi melakukan proses belajar. Lingkungan belajar yang baik dan kondusif yang diwujudkan melalui kenyamanan suasana belajar dapat menjadi media atau sarana yang baik untuk menciptakan lingkungan belajar yang nyaman. Menurut pendapat Suciati, dkk bahwa lingkungan belajar yang berasal dari dalam dapat berbentuk sarana dan peralatan belajar, sedangkan lingkungan belajar dari luar dapat berupa faktor-faktos geografis, sosial, ekonomi yang terdapat pada lingkungan di luar sekolah seperti hubungan sekolah dengan masyarakat sekitar.⁵⁶

Dari beberapa pengertian mengenai lingkungan belajar dimaknai sebagai keseluruhan kondisi di lingkungan dekat peserta didik yang berpotensi ikut mempengaruhi proses pembelajaran peserta didik. Dengan demikian lingkungan belajar harus ditata dan didesain dengan baik dan nyaman agar pembelajaran yang dilakukan peserta didik dapat dilaksanakan dengan baik.

9) Pengelolaan Proses Pembelajaran

Salah satu tugas pokok guru selaku pendidik adalah pengelolaan proses pembelajaran sehingga harus mampu mengelola dan mengatur proses pembelajaran agar berjalan dengan baik. Hal ini sesuai pendapat Sumiati dan Asra, guru memiliki peran penting dalam proses pengelolaan pembelajaran yaitu: 1) melakukan perencanaan pembelajaran yang memuat rumusan capaian pembelajaran, penentuan konten atau isi pembelajaran, penentuan proses pembelajaran, penentuan model, media dan metode yang digunakan dalam pembelajaran serta melakukan alat asesmen; 2) melakukan pembelajaran; 3) mengevaluasi pembelajaran dan memberikan

⁵⁵ Dalyono, "Psikologi Pendidikan" (Jakarta: Rineka Cipta, 2007).h.129

⁵⁶ Suciati, "Belajar Dan Pembelajaran 2."h.5

umpan balik.⁵⁷ Menurut Stone dan Nielson Sumiati dan Asra bahwa proses pengelolaan pembelajaran diperlukan umpan balik yang berguna untuk mengetahui efektifitas pembelajaran yang dilakukan pendidik dalam berinteraksi dengan peserta didik beserta sumber belajar yang digunakan pada suatu lingkungan belajar tertentu.⁵⁸

Berdasarkan penjelasan proses pembelajaran di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pengelolaan proses pembelajaran memiliki peran penting dalam menunjang keberhasilan dalam mendapatkan ilmu pengetahuan, sikap dan keterampilan peserta didik sehingga proses pembelajaran harus benar-benar dilakukan dengan baik dan efektif.

2. Model Pembelajaran

a. Pengertian Model Pembelajaran

Model juga biasa dikenal dengan istilah pola. Model atau pola biasanya digunakan sebagai acuan atau pedoman untuk membuat, merancang, atau melaksanakan sesuatu kegiatan agar hasilnya sesuai dengan yang diharapkan.⁵⁹ Menurut pendapat Briggs model artinya seperangkat prosedur yang disusun secara berurutan dalam mewujudkan suatu proses.⁶⁰ Menurut Suprijono model berarti bentuk interpretasi dari hasil observasi dan pengukuran yang diperoleh dari beberapa sistem. Selain itu model didefinisikan sebagai bentuk representasi yang akurat atas proses yang dilakukan secara aktual oleh seseorang atau sekelompok orang yang mencoba bertindak yang didasarkan pada model tertentu.⁶¹

Pembelajaran memiliki makna sebagai interaksi transaksional dua arah yang dilakukan pendidik dengan peserta didik maupun yang dilakukan peserta didik satu dengan peserta didik lain dalam usaha meraih capaian pembelajaran

⁵⁷ Sumiati dan Asra, "Metode Pembelajaran."h.4

⁵⁸ Ibid. h.7

⁵⁹ Indrawati, "Model-Model Pembelajaran" (2011): h.1.

⁶⁰ Briggs L.I, "The Theoretical and Conceptual Baced of Instructional Design. London: Kogan Page" (1978).

⁶¹ Agus Suprijono, "Cooperative Learning; Teori Dan Aplikasi PAIKEM" (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012).

yang ditetapkan. Bentuk komunikasi transaksional ini diharapkan bisa digunakan berbagai pihak yang terlibat pada aktifitas pembelajaran yang memudahkan pemahaman konsep, proses dan fungsi belajar bagi diri peserta didik. Menurut pendapat Joyce, Weil dan Calhoun model pembelajaran merupakan pola pembelajaran yang direncanakan pendidik untuk memberikan kemudahan memperoleh informasi, pengetahuan, keterampilan, sikap, bagaimana cara memikirkan dan meraih tujuan tertentu sehingga peserta didik memiliki kemampuan dan kapabilitas untuk belajar lebih mudah dan efektif.⁶²

Menurut pendapat Muhammad Hasan, model pembelajaran adalah model pembelajaran untuk mendapatkan pengetahuan, keterampilan, ide, cara berpikir, cara berekspresi, cara belajar yang dapat dilakukan secara sederhana dan efektif yang diciptakan pendidik dalam proses pembelajaran.⁶³ Oleh karena itu, model memiliki fungsi sebagai pedoman untuk merencanakan pembelajaran yang dilakukan pendidik dalam mencapai tujuan dan kompetensi tertentu. Dengan kata lain model pembelajaran sebagai cara yang berguna untuk mencapai hasil tertentu dalam kegiatan pembelajaran dalam situasi tertentu.

Menurut pendapat Guffey dalam Sudirman dan Rusmini Maru bahwa model pembelajaran terdiri dari 3 (tiga) yaitu: 1) pembelajaran *inquiry/discovery learning*; 2) *project based learning*, dan 3) *problem based learning*. Dalam metode tersebut dikenal dengan apa yang disebut *five steps of thinking*.. Pembelajaran pada hakikatnya sebagai suatu kegiatan interaksi yang dilakukan oleh guru sebagai pendidik dengan peserta didik yang dilakukan dalam proses pembelajaran. Model pembelajaran dimaknai sebagai perencanaan maupun pola yang dipakai dalam merencanakan pembelajaran jangka panjang yang dibentuk kurikulum selain perancangan alat, media dan pembimbingan peserta didik yang dilakukan di kelas.⁶⁴

⁶² Emily Calhoun Bruce Joyce, Marsha Weil, "Models of Teaching (Night Edition). Yogyakarta: Pustaka Pelajar." (2009): h.7.

⁶³ Muhammad Hasan, Pembelajaran Berbasis Riset: Dasar Teori, Perencanaan, Pelaksanaan, Dan Evaluasi, 2022.

⁶⁴ Sudirman dan Rosmini Maru, Implementasi Model-Model Pembelajaran Dalam Bingkai Penelitian Tindakan Kelas, 2016.

Berikut ini merupakan ciri-ciri model dalam pembelajaran antara lain:

- 1) Memuat konsep belajar berdasarkan pendapat para ahli.
- 2) Memuat misi dan tujuan pendidikan.
- 3) Sebagai pedoman perbaikan atas kegiatan pembelajaran yang telah dilakukan.
- 4) Memuat komponen pembelajaran berupa sintaks atau langkah-langkah pelaksanaan pembelajaran.
- 5) Mengandung konsekuensi dari penerapan model pembelajaran
- 6) Sebagai dasar pengembangan desain instruksional sebagai bekal persiapan pembelajaran sesuai model pembelajaran yang dipilih.⁶⁵

b. Jenis-jenis Model Pembelajaran

Menurut Permendikbud Nomor 22 Tahun 2016 tentang Standar Proses terdapat 3 (tiga) model yaitu: (1) model pembelajaran melalui penyingkapan/penemuan (*Discovery/Inquiry Learning*), (2) model pembelajaran berbasis masalah (*Problem-based Learning/PBL*), (3) model pembelajaran berbasis proyek (*Project-based Learning/ PJBL*).⁶⁶

1) Model *Discovery/Inquiry Learning*

Pembelajaran model ini bertujuan untuk menemukan konsep dan kesimpulan pembelajaran melalui pemahaman konsep melalui kegiatan observasi, klasifikasi, pengukuran, prediksi, penentuan dan inferensi dalam proses pembelajaran yang dilakukan. Menurut Robert B. Sund dalam Malik bahwa proses pembelajaran ini disebut juga *cognitive process*, sedangkan *discovery* itu sendiri adalah “*the mental process of assimilating concepts and principles in the mind*”. Artinya proses mental mengasimilasi konsep dan prinsip dalam pikiran.⁶⁷

Berikut ini langkah-langkah pembelajaran atau sintaks dalam model pembelajaran penyingkapan atau penemuan konsep berikut ini.

⁶⁵ Nurdyansyah dan Eni Fariyarul Fahyuni, *Inovasi Model Pembelajaran Sesuai Kurikulum 2013, 2016*.

⁶⁶ Yoki Ariyana, Reisky Bestary, and Zamroni, “Buku Pegangan Pembelajaran Berorientasi Pada Keterampilan Berpikir Tingkat Tinggi” (2019): h.35–42.

⁶⁷ Malik, “Discovery Learning” (Bandung: Citra Aditya, 2001).h.219

a) Sintak model *Discovery Learning*

- (1) Memberikan stimulus (*stimulation*);
- (2) Menyatakan atau melakukan identifikasi permasalahan (*problem statement*);
- (3) Melakukan kegiatan mengumpulkan data (*data collection*);
- (4) Melakukan pengolahan data (*data processing*);.
- (5) Melakukan pembuktian (*verification*); dan
- (6) Menarik simpulan/generalisasi (*generalization*).

b) Langkah-langkah Pembelajaran

Berikut ini langkah yang dilakukan pendidik pada model pembelajaran *discovery learning* antara lain:

Tabel 2.1 Langkah-langkah Pembelajaran *Discovery Learning*

Langkah Kerja	Aktifitas Pendidik	Aktifitas Peserta Didik
Memberikan stimulus (<i>Stimulation</i>)	Pendidik melakukan aktifitas awal melalui pemberian pertanyaan, memberi kesempatan membaca dan melakukan kegiatan lain sebagai persiapan awal pemecahan masalah kepada peserta didik	<ul style="list-style-type: none"> • Peserta didik yang telah diberikan stimulus permasalahan yang menimbulkan kebingungan, diminta tidak melakukan generalisasi terlebih dahulu agar dapat menimbulkan keinginan melakukan penyelidikan atas masalah tersebut secara mandiri • Fase ini bertujuan mengkondisikan kegiatan dan situasi belajar agar dapat mengembangkan pemecahan masalah melalui eksplorasi bahan yang telah diberikan sebagai stimulus

Langkah Kerja	Aktifitas Pendidik	Aktifitas Peserta Didik
Menyatakan atau mengidentifikasi permasalahan (<i>Problem statement</i>)	Guru menyediakan waktu untuk mengidentifikasi berbagai permasalahan yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang sedang dicari pemecahannya oleh peserta didik. Dari berbagai permasalahan tersebut kemudian dipilih salah satu untuk dilakukan perumusan hipotesis untuk dasar pemecahan masalah melalui pertanyaan yang telah dijawab untuk sementara	Peserta didik merumuskan permasalahan yang dipilih
Mengumpulkan data (<i>Data collection</i>)	Pendidik memberikan waktu untuk melakukan pengumpulan informasi yang relevan ketika peserta didik sedang mengeksplorasi. Tahap pengumpulan data bertujuan untuk membuktikan hipotesis atau dugaan sementara atas jawaban yang telah dibuat sementara	Peserta didik melakukan kegiatan pengumpulan data sebanyak-banyaknya untuk menjawab hipotesis sebelumnya dengan cara membaca buku, mencari informasi, pengamatan obyek, melakukan wawancara, dan kegiatan percobaan.
Memproses data (<i>Data Processing</i>)	Pendidik memberikan pendampingan pada kegiatan pemrosesan dan pengumpulan data oleh peserta didik	Setelah pengumpulan data selanjutnya dilakukan pengolahan atau pemrosesan data untuk kemudian dilakukan analisa, klasifikasi, tabulasi, verifikasi dan kesimpulan.

Langkah Kerja	Aktifitas Pendidik	Aktifitas Peserta Didik
Melakukan pembuktian (<i>Verification</i>)	Guru memberikan waktu untuk melakukan verifikasi hasil pemrosesan data secara baik dan kreatif sehingga konsep atau teori melalui contoh nyata dapat ditemukan	Peserta didik mencermati dan memeriksa hasil pemrosesan data yang telah dilakukan sehingga proses pembuktian atas hipotesis yang ditetapkan diawal dapat dilakukan penyesuaian atas hasil dari proses data yang dilakukan sehingga diperoleh kebenaran atas proses data yang dilakukan
Menarik kesimpulan/ Generalisasi (<i>Generalization</i>)	Guru menarik kesimpulan pembelajaran yang telah dilakukan dan melakukan generalisasi atas hasil temuan yang telah dibuktikan untuk dapat digunakan secara umum bersama peserta didik	Peserta didik menarik kesimpulan atas hasil verifikasi yang telah dilakukan

c) Sintak model Pembelajaran *Inquiry Learning*

Penekanan pada model pembelajaran ini terletak pada aktifitas peserta didik dalam melakukan penyelidikan dan menjelaskan masalah melalui proses penelitian dengan waktu yang telah diatur secara singkat.⁶⁸ Model ini melibatkan secara maksimal yang bertujuan untuk memaksimalkan kemampuan yang dimiliki peserta didik untuk menemukan cara mencari dan menyelidiki sesuai yang dilakukan secara sistematis, kritis dan logis yang pada akhirnya peserta didik dapat merumuskan temuannya sendiri.

⁶⁸ Joyce. B & Weil, "Model-Model Pengajaran. Edisi 8. Terjemahan A. Fuwaid & Mirza. Yogyakarta: Pustaka Pelajar" (2009).

Berikut ini sintaks atau tahap-tahap pembelajaran pada *inquiry learning* antara lain:

- (1) Berorientasi masalah;
- (2) Mengumpulkan data dan verifikasi;
- (3) Mengumpulkan data melalui eksperimen;
- (4) Mengorganisasi dan memformulasi eksplanasi; dan
- (5) Menganalisis proses inkuiri.

2) Model Pembelajaran *Problem Based Learning* (PBL)

Model pembelajaran ini bertujuan untuk meningkatkan potensi peserta didik melalui penerapan konsep yang mengarah pada permasalahan yang baru dan nyata, mengintegrasikan konsep *Higher Order Thinking Skills* (HOTS), menstimulus minat dan keinginan untuk belajar, mengarahkan dirinya agar belajar untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan.

Menurut Tan Amir dalam Nur Idayani Sugesti disebutkan bahwa karakteristik model pembelajaran *Problem Based Learning* (PBL) terdiri dari: (1) mengawali pembelajaran menggunakan masalah; (2) menyajikan permasalahan nyata secara mengambang (*ill-structured*); (3) menuntut permasalahan dalam perspektif majemuk (*multiple-perspective*); (4) membuat pembelajaran berada pada ranah baru melalui penyajian masalah yang menantang; (5) kemandirian belajar sangat diutamakan; (6) variasi sumber belajar untuk memperoleh pengetahuan, dan (7) penekanan pembelajaran kolaboratif, komunikatif, dan kooperatif. Jadi model pembelajaran ini bertujuan meningkatkan kemampuan memecahkan masalah melalui penggunaan kemampuan berpikir tingkat tinggi.⁶⁹

⁶⁹ Nur Idayani Sugesti, "Model Pembelajaran Problem Based Learning (PBL) Di Kelas Rendah Pada Matematika" 3, no. 4 (2017).

Berikut ini sintak model *Problem Based Learning* menurut Arends (2012) antara lain:⁷⁰

- 1) Mengorientasikan masalah kepada peserta didik
- 2) Peserta didik diorganisasikan agar belajar
- 3) Individu maupun kelompok diberikan pembimbingan untuk melakukan penyelidikan
- 4) Mengembangkan dan menyajikan karya yang dihasilkan peserta didik
- 5) Menganalisis dan mengevaluasi proses pemecahan masalah

Sintaks pembelajaran berbasis masalah atau *Problem Based Learning* (PBM) tersebut dapat digunakan guru sebagai rancangan untuk menyusun langkah-langkah pembelajaran berikut ini.

Tabel 2.2 Langkah-langkah Pembelajaran *Problem Based Learning*

Langkah Kerja	Aktifitas Pendidik	Aktifitas Peserta Didik
Pengorientasian masalah	Pendidik menginformasikan pemecahan masalah melalui sumber bahan bacaan atau lembar kegiatan dengan tujuan peserta didik memiliki kemampuan mandiri menemukan masalah terkait masalah yang dipelajari	Peserta didik yang tergabung dalam kelompok diskusi untuk mengamati dan memahami permasalahan baik yang ditemukan sendiri melalui sumber bahan bacaan maupun masalah yang diberikan pendidik.
Pengorganisasian belajar peserta didik	Guru memberikan tugas kepada kelompok dan memastikan bahwa semua anggota kelompok memahami tugasnya masing-masing	Peserta didik mendiskusikan permasalahan yang ada pada kelompoknya melalui pembagian tugas penyelesaian masalah kepada masing-masing anggota untuk mencari data, bahan atau peralatan yang dibutuhkan

⁷⁰ R.I. Arends, "Learning to Teach (9th Ed.)" (New York: Mc Graw-Hill, Companies, Inc, n.d.).

Langkah Kerja	Aktifitas Pendidik	Aktifitas Peserta Didik
Pembimbingan penyelidikan individu maupun kelompok	Guru melakukan pemantauan proses penyelidikan selama pembelajaran termasuk memastikan partisipasi semua anggota kelompok dalam pengumpulan data, bahan atau peralatan yang dibutuhkan	Peserta didik yang telah mendapatkan tugas masing-masing kemudian melakukan kegiatan pencarian data, bahan atau peralatan sebagai bahan diskusi kelompok
Pengembangan dan penyajian hasil karya	Guru melakukan pemantauan, pembimbingan kepada peserta didik yang tergabung pada kelompok dalam berdiskusi, membuat laporan dan hasil karya hingga siap mempresentasikannya	Peserta didik yang tergabung pada kelompok melakukan kegiatan diskusi guna mencari solusi atas permasalahan yang dihadapi sehingga menghasilkan karya yang siap dipresentasikan
Penganalisisan dan pengevaluasian proses pemecahan masalah	<ul style="list-style-type: none"> • Pembimbingan dilakukan guru pada saat kelompok mempresentasikan hasil karya. • Pendidik juga mendorong peserta didik atau kelompok lain yang terlibat dalam diskusi di kelas agar bersedia menanggapi atau memberi masukan • Guru memberi tanggapan dan penilaian pada proses dan hasil pemecahan atas permasalahan yang sudah dilaksanakan • Pendidik memberikan kesimpulan konsep dan materi yang dihasilkan dari proses belajar 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentasi hasil karya sesuai kelompok • Peserta didik dalam kelompok menanggapi presentasi kelompok • Peserta didik yang tergabung pada kelompok presentasi membuat rangkuman dan membuat kesimpulan atas masukan dari kelompok lain dan juga masukan guru

3) Model Pembelajaran *Project-Based Learning*

Model pembelajaran ini dilakukan secara kelompok maupun mandiri dalam memecahkan permasalahan yang dilakukan melalui tahap-tahap ilmiah pada waktu tertentu dalam bentuk produk yang dapat dipresentasikan sehingga sangat menuntut keaktifan peserta didik.

Berikut ini beberapa karakteristik model pembelajaran *Project Based Learning* (PjBL) antara lain:

- a) Kemandirian menyelesaikan tugas berupa merencanakan, menyusun dan mempresentasikan produk.
- b) Produk hasil proyek yang dihasilkan ditanggung sepenuhnya peserta didik.
- c) Keterlibatan banyak pihak dalam penyelesaian proyek
- d) Berpikir kreatif peserta didik dilatih.
- e) Menghormati kekurangan atas perkembangan gagasan dari situasi kelas yang ada

Berikut ini langkah-langkah model pembelajaran *Project Based Learning* (PjBL) antara lain:

Tabel 2.3 Langkah-langkah Pembelajaran *Project Based Learning*

Langkah Kerja	Aktifitas Pendidik	Aktifitas Peserta Didik
Pertanyaan Mendasar	<ul style="list-style-type: none"> • Guru memberikan tema atau materi pembelajaran untuk dicari cara pemecahan masalahnya • Guru mengajukan pertanyaan dasar agar dicari pemecahan masalahnya 	Pada tahap awal ini pertanyaan mendasar harus diajukan peserta didik dalam rangka pemecahan masalah tema atau materi pembelajaran terkait
Mendesain perencanaan produk	<ul style="list-style-type: none"> • Guru membentuk kelompok untuk merencanakan produk yang akan didesain • Guru melakukan kegiatan dalam memastikan setiap peserta didik yang tergabung dalam 	Peserta didik melakukan pembentukan kelompok dan berdiskusi untuk membuat desain perencanaan produk yang akan dihasilkan melalui pembentukan pembagian tugas,

Langkah Kerja	Aktifitas Pendidik	Aktifitas Peserta Didik
	kelompok memahami prosedur dalam mendesain produk yang akan dibuat	menyiapkan alat dan bahan yang diperlukan
Menyusun jadwal pembuatan produk	Pendidik melakukan penyusunan jadwal pembuatan produk berdasarkan tahapan proyek mulai dari pembuatan sampai pengumpulan berbagai hal yang dibutuhkan dalam pengembangan produk baik alat atau media lain yang dibutuhkan	Peserta didik menyusun jadwal pembuatan produk sesuai batas waktu penyelesaian proyek sesuai tahapan-tahapan pembuatan produk sesuai kesepakatan yang telah dibuat bersama
Memantau keaktifan belajar	Guru melakukan pemantauan keaktifan selama proses belajar	Membuat produk sesuai proyek yang telah direncanakan sebelumnya sesuai batas waktu penyelesaiannya
Pengembangan proyek	<ul style="list-style-type: none"> • Guru memantau pengembangan proyek termasuk realisasi produk yang dihasilkan • Guru melakukan bimbingan membantu jika peserta didik kesulitan selama pelaksanaan proyek 	Melakukan pengembangan proyek berdasarkan tahapan proyek dan jadwal pelaksanaan proyek yang telah disusun Peserta didik melakukan diskusi dalam pengembangan proyek dan melakukan pencatatan setiap tahapan pengembangan proyek
Menguji hasil	Guru memantau keaktifan peserta didik dalam berdiskusi dalam pengujian hasil dan mengukur sesuai standar yang ditetapkan	Peserta didik menguji hasil produk atau karya yang dihasilkan dan dipaparkan kepada pihak atau orang lain kemudian berdiskusi kelayakan hasil sesuai standar yang telah ditetapkan

Langkah Kerja	Aktifitas Pendidik	Aktifitas Peserta Didik
Evaluasi pengalaman belajar	<ul style="list-style-type: none"> • Guru melakukan pemantauan proses presentasi kelompok dan memberikan tanggapan • Melakukan evaluasi, refleksi kesimpulan 	<ul style="list-style-type: none"> • Peserta didik yang tergabung pada kelompok mempresentasikan hasil karya kepada pihak atau orang lain dan memberikan tanggapan • Membuat laporan dengan merangkum materi sesuai masukan kelompok lain atau masukan guru dilakukan peserta didik

Berdasarkan langkah-langkah model pembelajaran *Project Based Learning* selanjutnya dapat dijadikan dasar penerapan model pembelajaran berikut ini.

- (1) Tema atau materi yang dipilih sebagai bahan proyek atau karya perlu dipilih yang bersifat kontekstual, mudah didesain dan menarik.
- (2) Waktu pengerjaan dan penyelesaian proyek tidak terbatas pada 1 pertemuan saja tetapi dapat diselesaikan 3-4 pertemuan.
- (3) Peningkatan hasil belajar dapat ditingkatkan melalui proyek sebagai bentuk pemecahan masalah
- (4) Peralatan, bahan dan media praktek pada model pembelajaran proyek berasal dari bahan di lingkungan sekitar, bahan bekas tidak terpakai sehingga dapat bermilai guna.
- (5) Penilaian yang digunakan pada model pembelajaran ini perlu dilakukan secara autentik yang menekankan kemampuan perancangan, penemuan dan presentasi produk hasil proyek kepada pihak atau orang lain.

Berdasarkan beberapa model pembelajaran yang telah diuraikan sebelumnya baik *Discovery/Inquiry Learning*, *Problem-Based Learning* (PBL) dan *Project-Based Learning* (PjBL), selanjutnya pendidik

melakukan pemilihan model sesuai kebutuhan untuk digunakan pada setiap proses pembelajaran. Berikut ini beberapa tahapan dalam melakukan pemilihan model pembelajaran antara lain:

- a) Memahami sintak model pembelajaran
- b) Konten materi pembelajaran perlu dilakukan analisis.
- c) Pemahaman cara membangun skema pengetahuan peserta didik sesuai konteks pengetahuan baru.
- d) Mempersiapkan situasi dan kondisi nyata permasalahan untuk dipecahkan melalui proses berpikir tingkat tinggi
- e) Menyiapkan keterampilan yang berfungsi dalam menghadapi kondisi nyata.
- f) Mempertimbangkan alokasi waktu yang paling tepat dalam pembelajaran.
- g) Menentukan produk luaran (*output*) yang akan dihasilkan.
- h) Menentukan model pembelajaran yang sesuai kondisi.
- i) Menganalisis situasi, keterampilan, dan produk yang akan dihasilkan.

3. *Digital Marketing*

Sebelum mempelajari lebih jauh tentang *digital marketing*, pahami beberapa hal berikut ini:

a. Pengertian *Digital Marketing*

Digital marketing adalah jenis usaha yang memiliki sifat mobile, artinya usaha yang dapat dilakukan dan dijalankan di sepanjang waktu dan dapat dilakukan dari berbawai tempat yang berbeda. *Digital marketing* merupakan jenis usaha yang dilakukan secara online dengan memanfaatkan perangkat elektronik seperti handphone, laptop, komputer atau sejenisnya untuk menjalankan usaha.⁷¹ Menurut Ivonne Ayesha, dkk bahwa *digital marketing* memiliki arti sebagai suatu perencanaan dan pelaksanaan konsep yang

⁷¹ Vernia, D. M. (2017). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga. *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, 1(2), h.105-118.

berhubungan dengan gagasan, harga, promosi dan distribusi produk perusahaan.⁷² Sedangkan menurut Coviello, Milley And Marcolin dalam Abdul Raud, dkk mendefinisikan bahwa *digital marketing* merupakan penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat hubungan melalui dialog dengan konsumen.⁷³ Sementara itu pengertian *digital marketing* menurut Riyan Abdul Aziz merupakan teknik pemasaran atau promosi atau jasa, brand atau produk, menggunakan media digital atau internet.⁷⁴

Berdasarkan beberapa definisi *digital marketing* tersebut disimpulkan bahwa *digital marketing* adalah bisnis yang dilakukan melalui berbagai media digital atau internet untuk berkomunikasi dengan konsumen kapan dan di mana saja.

b. Kategori *Digital Marketing*

Menurut pendapat Agus Piranhamas mengemukakan bahwa terdapat 11 (sebelas) kategori *digital marketing* yang dapat digunakan sebagai media *digital marketing* agar mampu menempati halaman utama google (*page one*) antara lain:⁷⁵

- 1) Kategori pemasangan buku atau majalah atau brosur atau katalog menggunakan JPEG atau PDF seperti *tumblr.com*, *pinterest.com*, *medium.com*, *wattpad.com*, *yumpu.com*, *issuu.com*, *flipsnack.com*, *postermymwall.com*, *lucidpress.com*, *fotojet.com*, *stocklayouts.com*, *imenupro.com*, *webstaurantstire.com*, *musthavemenus.com*, *publitas.com*, *kvisoft-flipbookmaker.software.informer.com*, *3dissue.com*, *fliphtml5.com* dan sebagainya.
- 2) Kategori pemasangan di kelompok presentasi atau dokumen menggunakan PDF terdiri dari *slideshare.net*, *scribd.com*, *academia.edu*, *speakerdeck.com*,

⁷² Ivonne Ayesha et al., *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*, Pt. Global Eksekutif Teknologi, 2022.

⁷³ Abdul Rauf et al., *Digital Marketing : Konsep Dan Strategi*, Insania, 2021.h.4

⁷⁴ Riyan Abdul Aziz, "E-Book Digital Marketing Content," *E-Book Digital Marketing* (2020): 14.

⁷⁵ Agus Piranhamas, "Kategori Media Atau Platform Untuk Memasang Baliho Di Dunia Online" (2022): 1–5.

hubpages.com, edocr.com, docdroid.net, fdokumen.com, goodreads.com dan sebagainya.

- 3) Kategori pemasangan di kelompok Foto atau album menggunakan JPEG terdiri dari *flickr.com, deviantart.com, photobucket.com, ibb.co, tripadvisor.com, imgur.com, imagebam.com, pexels.com, unsplash.com, freepik.com, lifeofpik.com, stocksnap.io, stokpic.com, foodiesfeed.com*, dan sebagainya.
- 4) Kategori pemasangan di kelompok lokasi atau peta menggunakan JPEG terdiri dari: *foursquare.com, google my business, google maps, business.site, jobs.thelocal.com* dan sebagainya.
- 5) Kategori pemasangan di kelompok blog atau *website* menggunakan JPEG dan MPEG terdiri dari *jimdo.com, wix.com, hubpages.com, wordpress.com, sites.google.com, weebly.com, technorati.com, blogsome.com, tripod.com, webnode.com, blogdrive.com, blogsome.com, edublogs.org, blogspot.com* dan sebagainya.
- 6) Kategori pemasangan di kelompok forum atau group atau akademis atau komunitas menggunakan JPEG terdiri dari: *wantedly.com, linkedin.com, forum.detik.com, fjb.kaskus.co.id, livejournal.com, dribbble.com, vetbasket.com, scholar.google.com, topuniversities.com, ideas.repec.org, simantu.pu.go.id, spjd.binamarga.pu.go.id, en.engormix.com, consumer.hawei.com, devex.com, ncihub.org* dan sebagainya.
- 7) Kategori pemasangan di kelompok film atau video menggunakan MPEG terdiri dari: *youtube.com, dailymotion.com, metube.id, vidio.com, vimeo.com, aparat.com* dan sebagainya.
- 8) Kategori pemasangan di kelompok Iklan Baris Gratis menggunakan JPEG terdiri dari: *locanto.co.id, lamudi.co.id, rumah.waa2.co.id, m.jualbuy.com, jualo.com, bekas.com, carousell.com, tribunjualbeli.com* dan sebagainya.
- 9) Kategori pemasangan di kelompok media sosial seperti *facebook, instagram, tiktok* menggunakan JPEG terdiri dari: nama depan, nama belakang FB, nama pengguna FB, nama lain FB, tentang = *about FB*, album FB, acara FB, video FB, nama depan, nama belakang *Page FB*, nama pengguna *Page FB*, tentang

atau *about Page FB*, album *Page FB*, acara *Page FB*, video *Page FB*, Nama IG, Nama Pengguna IG, Bio, *Posting*, *Reel*, *Story*, Nama Tiktok, Nama Pengguna Tiktok, Bio, *Posting* dan sebagainya.

- 10) Kategori pemasangan di kelompok event atau acara menggunakan JPEG terdiri dari: *peatix.com*, *allevents.in*, *eventleaf.com*, *odoo.com*, *cvent.com*, *tix.com*, *ticketbud.com*, *ticketleap.com*, *eventbee.com*, *accelevents.com*, *eventbrite.com* dan sebagainya.
- 11) Kategori pemasangan di kelompok Optimasi atau *Optimization* atau SEO menggunakan alamat *link* yang telah kamu buat dari semua media atau semua *platform* terdiri dari: daftarkan di *free ping service*, daftarkan di *free add url service*, daftarkan di *free submit rss feed*, daftarkan di *free submit backlink*, daftarkan di *google console* dan sebagainya.⁷⁶

c. Model *digital marketing*

Berbagai model bisnis dapat dengan mudah ditemukan di internet mulai dari kegiatan pemasaran barang, pemasaran jasa, pemasaran berbagai produk milik orang lain dengan atas nama penjual tertentu, ada juga yang menjual berbagai jasa internet lain seperti penjualan akun media sosial, jasa optimasi akun, jasa pembuatan website dan masih banyak model bisnis lain di internet.

Berikut ini terdapat 5 (lima) model *digital marketing* yang mudah ditemukan di internet antara lain:

1) Menjual Produk Anda Sendiri (*Sell Your own product*)

Model *digital marketing* ini adalah model bisnis di internet yang dilakukan dengan cara menjual produk yang dibuat sendiri oleh si penjual untuk ditawarkan kepada konsumen melalui media internet. Model *digital marketing* ini dilakukan secara mandiri oleh penjual sehingga produksi, harga, distribusi pengiriman produk dilakukan sendiri. Adapun produk yang dijual dapat berupa produk barang seperti makanan, kerajinan, fashion, dan sejenisnya. Model bisnis ini cocok bagi Anda yang memiliki produk yang dapat dibuat sendiri untuk dijual kepada orang lain.

⁷⁶ Ibid.h.1-5

2) Menjual jasa anda sendiri (*Sell Your Own Service*)

Model *digital marketing* ini adalah model bisnis di internet yang dilakukan dengan cara menjual jasa (*service*) melalui internet. Model *digital marketing* ini dapat berupa berbagai jasa pelayanan yang dimiliki oleh individu atau perusahaan untuk dapat dijual kepada orang atau pengguna jasa yang membutuhkan seperti jasa pembuatan akun media sosial, jasa pembuatan akun marketplace, jasa pembuatan website dan optimasinya. Model *digital marketing* ini tidak perlu dilakukan melalui tatap muka secara langsung, namun dapat dilakukan secara virtual sehingga prospek pengembangannya lebih mudah dilakukan karena tidak memerlukan produk secara nyata. Model bisnis ini cocok dilakukan bagi Anda yang memiliki keahlian atau skill yang dapat dijual kepada orang lain.

3) Menjual produk orang lain (*Affiliate marketing*)

Model *digital marketing* ini adalah model bisnis yang dilakukan melalui internet dengan cara menawarkan produk milik individu atau perusahaan lain. Penjual yang melakukan model bisnis ini tidak perlu melakukan stok barang sendiri, tetapi hanya cukup merekomendasikan atau mereferensikan produk orang lain. Apabila produk yang dipasarkan laku terjual, maka penjual akan memperoleh sebagian keuntungan dari hasil penjualan produk tersebut. Model bisnis ini sangat cocok bagi anda yang ingin terjun ke dalam *digital marketing* namun tidak mampu membuat produk atau keahlian yang dapat dijual.

4) Periklanan Kontekstual (*Contextual advertising*)

Model *digital marketing* ini adalah model bisnis yang dilakukan melalui pembuatan website yang menarik sehingga banyak dikunjungi pengguna internet. Website yang banyak dikunjungi pengunjung apabila sudah didaftarkan dapat dipasang iklan yang dapat mendatangkan pemasukan.

5) Penjualan Situs (*Site Sales*)

Model *digital marketing* ini adalah model bisnis yang dilakukan dengan cara jual beli website secara online baik melalui pembuatan website

dari awal maupun membeli website yang sudah ada lalu dilakukan optimasi agar dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi. Dengan demikian pengguna yang ingin memiliki website tidak perlu membuat dari nol atau awal tetapi membeli situs website yang sudah baik.

Dari beberapa model digital marketing tersebut di atas dapat dipilih sesuai jenis produk dan layanan yang ditawarkan. Dengan demikian pemilihan jenis digital marketing dapat dipilih sesuai minat dan kemampuan anda sehingga model bisnis yang dipilih benar-benar dikerjakan dengan keseriusan untuk menuju keberhasilan dalam berbisnis.

d. Potensi *digital marketing*

Rahasia kesuksesan sebuah *digital marketing* adalah bagaimana menjalankannya sesuai dengan metode jenis/tipe bisnis yang bisa dijalankan melalui internet berikut ini.

- 1) *Business to Consumer* (B2C), adalah jenis bisnis yang dilakukan organisasi sebagai pihak penjual, dengan target konsumen sebagai pihak pembeli adalah perorangan atau pribadi.
- 2) *Business to Business* (B2B), adalah jenis bisnis yang dilakukan perusahaan tertentu untuk memberikan penjualan atau pelayanan kepada perusahaan lain dalam kapasitas yang relatif besar.
- 3) *Consumer to Consumer* (C2C), adalah jenis bisnis yang dilakukan pihak perseorangan atau pribadi sebagai penjual produk atau jasa ke orang lain atau pribadi secara individu atau perorangan.
- 4) *Business to Employee* (B2E), adalah jenis bisnis yang dilakukan oleh lembaga atau bisnis yang memberikan pelayanan kepada karyawan atau pegawai di lingkungannya.

e. Alasan Memilih *Digital Marketing*

Berikut ini beberapa alasan yang menjadikan model *digital marketing* berpotensi sebagai salah satu pilihan peluang usaha yang menarik dan menjanjikan, antara lain:

1) Mudah dan santai

Kemudahan ini diperoleh karena bisnis *digital marketing* dengan mudah dilakukan dengan melakukan klik, ketik kalimat tertentu dengan mudah. Pekerjaan ini juga dapat dilakukan secara sambilan misalnya sambil nonton TV, mendengarkan musik, minum kopi dan tidak harus memakai seragam resmi. Dengan demikian bisnis *digital marketing* dapat dipilih sebagai alternatif memiliki penghasilan dengan mudah dan santai.

2) Dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja

Digital marketing memungkinkan untuk dilakukan diberbagai tempat dan kapan saja selama ada jaringan internet. *Digital marketing* dapat dilakukan di rumah, tempat kerja bahkan dalam perjalanan sekalipun. Selain itu, *digital marketing* juga dapat dilakukan pada waktu pagi, siang, sore bahkan malam hari. Digital marketing juga dapat dilakukan selama 24 jam sehari dan 7 hari dalam seminggu. Dengan demikian digital marketing memiliki peluang untuk mudah dikembangkan dimana dan kapan saja.

3) Modal yang kecil

Digital marketing dapat dikerjakan hanya dengan komputer/laptop/smartphone yang terkoneksi dengan jaringan internet. Dengan memiliki fasilitas tersebut *digital marketing* sudah dapat dijalankan.

4) Tidak memerlukan surat lamaran atau ijazah

Digital marketing dapat dilakukan tanpa harus melakukan pendaftaran menggunakan surat lamaran atau ijazah tertentu sebagai persyaratan untuk bergabung di internet. Untuk membuka *digital marketing* yang diperlukan berupa peralatan sederhana, jaringan internet, aplikasi yang dibutuhkan dan keterampilan dalam mengoperasikan perangkat teknologi seperti komputer maupun smartphone.

5) Pendapatan yang besar dan cepat

Digital marketing memiliki potensi untuk memperoleh pendapatan besar baik melalui penjualan barang, jasa, afiliasi, iklan maupun jual beli akun website dan media sosial. *Digital marketing* juga memungkinkan untuk memperoleh pendapatan yang besar dengan mudah dan cepat. Dengan

demikian apabila bisnis ini dilakukan dengan serius dan fokus maka akan berpotensi sekali untuk bisa memperoleh pendapatan dengan cepat dan mudah.

Berdasarkan alasan-alasan mengenai potensi keuntungan yang dapat diperoleh dari digital marketing tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa digital marketing memiliki banyak keuntungan yang dapat diperoleh dengan mudah dan cepat apabila dilakukan dengan serius dan fokus sebagai alternatif sarana penghasilan di era digital.

f. Langkah-langkah Memulai *Digital Marketing*

Langkah menjalankan *digital marketing* menurut NEO ElearningClass.com berikut ini.⁷⁷

- 1) Mantapkan niat untuk memulai bisnis digital, jika saat ini anda masih nyaman dengan pekerjaan anda sekarang, mantapkan niat untuk memulai dan memiliki bisnis.
- 2) Menuliskan tujuan bisnis secara jelas, Kemampuan menuliskan tujuan secara terperinci akan menuntut dalam merealisasikan apa yang menjadi tujuan dalam berbisnis seperti berapa target keuangan yang ingin diraih pada periode tertentu, gaya hidup seperti apa yang ingin anda capai setelah berbisnis, atau apakah bisnis yang dikembangkan sudah sesuai hobi yang anda miliki.
- 3) Mendiskusikan bersama orang lain atau keluarga, Sebelum anda benar-benar memulai bisnis, sebaiknya diskusikan dengan orangterdekat atau keluarga anda. Diskusi dapat dilakukan untuk membahas seluk beluk bisnis yang akan dijalankan, proses masa depan bisnis, kelebihan dan kelemahan bisnis, permodalan, sumber daya yang dibutuhkan dan lain sebagainya. Jika anda belum berkeluarga, anda dapat berdiskusi dengan orang tua atau sahabat terdekat yang sekiranya dapat diajak berdiskusi. Jika anda sudah berkeluarga, diskusikan bersama istri atau anak bagaimana pendapat mereka tentang bisnis yang akan dijalankan.

⁷⁷ NeoElearningClass.com, "New Entrepreneur Orientation, Mnegeal Bisnis Online Lebih Dekat" (2014).

- 4) Menentukan bidang bisnis yang akan dijalankan. Setelah berdiskusi mengenai bisnis yang akan dijalankan bersama sahabat, keluarga, istri atau anak, maka selanjutnya menentukan bidang bisnis apa yang dipilih. Banyak bidang bisnis yang dapat dipilih seperti makanan, minuman, fashion, kerajinan, atau pendidikan. Tentukan bidang bisnis sesuai potensi dan sumber daya yang dimiliki dengan tepat sehingga bidang bisnis yang dipilih dapat berjalan dengan optimal.
- 5) Buat *timeline* yang jelas. Rencana bisnis yang baik adalah rencana bisnis yang memiliki target yang jelas, runtut dan dapat dilaksanakan. Semakin jelas langkah bisnis dan kapan waktu yang ditetapkan untuk mencapai target tertentu, maka akan semakin mudah melakukan pengendalian dan evaluasi terhadap rencana bisnis yang telah ditetapkan. Jika target yang ditetapkan ternyata lebih cepat dari batas waktu yang ditetapkan berarti proses pelaksanaan bisnis berjalan dengan baik, sebaliknya jika target tidak tercapai sesuai rencana berarti terdapat kendala yang perlu dicari penyebab tidak tercapainya target.
- 6) Mengembangkan ide bisnis yang inovatif. Setelah bidang bisnis dipilih dan dilaksanakan sesuai target waktu yang jelas, lakukanlah pengembangan bisnis dengan kreatif dan inovatif agar bisnis yang dijalankan mampu memperoleh keuntungan yang diharapkan.
- 7) Menggunakan layanan *hosting* yang memiliki reputasi baik. Menggunakan layanan yang baik akan mempermudah bisnis yang dijalankan dengan cepat dan mudah. Selain itu apabila terjadi kendala teknis dapat segera diatasi dengan cepat sehingga pelayanan bisnis tidak terganggu.
- 8) Tidak berpikir instan. Perlu dipahami bahwa untuk sukses dalam berbisnis *digital marketing* perlu dilakukan dengan tekun dan benar. Semakin tekun bisnis dikerjakan maka hasil akan lebih cepat dan mudah sehingga konsistensi mengerjakannya dan menyelesaikan setiap tugasnya sangat membantu tercapainya kesuksesan.
- 9) Terus berusaha dan terus mencoba. Terkadang dalam menjalankan bisnis banyak ditemui kegagalan sehingga terus berusaha dan mencoba menjadi

hal yang harus terus dimiliki wirausaha yang ingin sukses dalam bisnisnya.

- 10) Tetap *update* informasi. Setiap hari perkembangan informasi semakin banyak dan berubah dengan cepat sehingga pebisnis harus memahami perkembangan informasi yang terus berubah agar tidak ketinggalan informasi.

Berdasarkan hal-hal tersebut dapat memberikan gambaran bagaimana memulai bisnis *digital marketing* sehingga diperlukan persiapan matang baik pengetahuan, keterampilan, peralatan pendukungnya baik dari persiapan bersifat fisik atau non fisik maupun pertimbangan keluarga. Dengan mempersiapkan pengetahuan sampai keterampilan teknis diharapkan akan mempermudah membuat rencana bisnis *digital marketing* sehingga dapat meraih kesuksesan bisnis yang dijalankan.

Berikut ini persiapan yang perlu dilakukan untuk memulai *digital* antara lain:

- 1) Menentukan produk yang ditawarkan

Salah satu hal yang perlu dipersiapkan pada awal memulai *digital marketing* adalah menentukan produk yang ditawarkan. Berbagai pilihan *digital marketing* dapat dipilih dengan cermat sesuai potensi dan peluang usaha yang ada misalnya apakah produk yang ditawarkan berupa barang, jasa, barang milik orang lain, situs website atau akun media sosial. Setelah dipertimbangkan dengan baik, selanjutnya ditentukan produk yang benar-benar akan ditawarkan secara *digital marketing*.

- 2) Rencana bisnis atau *business plan*

Perencanaan bisnis dibuat berdasarkan pilihan produk yang sudah ditentukan sebelumnya. Pada perencanaan bisnis dibuat berbagai hal yang berkaitan dengan rencana bisnis yang akan dijalankan. Perencanaan bisnis dapat berupa deskripsi produk, strategi pemasaran, analisis keuangan, analisis permodalan, analisis resiko dan hal-hal yang berkaitan dengan bisnis. Dengan perencanaan yang baik diharapkan bisnis yang dijalankan dapat sesuai dengan perencanaan dan menghasilkan keuntungan yang diharapkan.

3) Persiapan lapak jualan

Untuk berbisnis *digital marketing* juga dibutuhkan tempat usaha layaknya bisnis yang dijalankan secara online. Pada bisnis *digital marketing* tempat usaha yang dibutuhkan bersifat virtual artinya tempat untuk menampilkan produk tidak secara nyata melainkan menggunakan tampilan gambar atau video yang dipasang di website, media sosial maupun media lain yang digunakan untuk *digital marketing*. Oleh karena itu, penjual harus mempersiapkan terlebih dahulu tempat usaha *virtual* apa yang akan digunakan untuk melakukan pemajangan produk.

4) Persiapkan aplikasi untuk mengelola *digital marketing*

Untuk mempermudah penggunaan berbagai platform *digital marketing* maka perlu dilakukan persiapan awal terlebih dahulu. Diantara hal-hal yang perlu dipersiapkan untuk mempraktekkan berbagai platform *digital marketing* antara lain:

- a) Mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan diantaranya Komputer/laptop dan sistem operasinya seperti *windows, smartphone, charger laptop dan smartphone, stand/Tripod, Mouse, Keyboard, Earphone, SIM Card* dan sebagainya.
- b) Aplikasi yang dibutuhkan berikut ini.
 - (1) Pembuat artikel, gambar atau video misalnya *microsoft power point, canva, inshot, capcut, X-recorder, intro Maker, Thumbnail maker, audio editor, ToDoList* dan sebagainya.
 - (2) Transaksi pembayaran seperti *BRImo, BNI Mobile, Jago, Dana, OVO, Gojek* dan sebagainya.
 - (3) Aplikasi pendukung lainnya seperti *telegram, facebook, instagram, youtube, tiktok, get contact, raja ongkir, google drive* dan sebagainya.
- c) Membuat *Email* sesuai kata kunci hasil riset, *password* kata kunci unik dan mudah diingat dan nomor *handphone* untuk melakukan pendaftaran dan verifikasi.

4. *Digital Entrepreneurship*

Perkembangan teknologi informasi telah mempengaruhi berbagai bidang kehidupan manusia. Salah satu sektor yang sangat dipengaruhi perkembangan teknologi berupa sektor bisnis atau usaha. Kegiatan usaha saat ini tidak hanya dilakukan secara tradisional atau *offline* saja, namun telah banyak berkembang kegiatan usaha yang dilakukan secara digital dengan memanfaatkan kemajuan teknologi internet.

a. Pengertian *Digital Entrepreneurship*

Kemunculan teknologi internet telah menciptakan jenis usaha baru yang dikenal dengan istilah *digital entrepreneurship* atau kewirausahaan digital. Istilah ini sebenarnya telah muncul pada awal tahun 1990-an dengan banyak ditemukannya teknologi komputer dan internet. Kata *entrepreneur* berasal dari dua kata yaitu “*entre*” yang berarti ‘diantara’ dan “*preneur*” yang berarti pencipta.⁷⁸ Menurut pendapat Tobias Kollmann, et.al bahwa istilah *digital entrepreneurship* merupakan fenomena baru dalam penciptaan usaha digital. Istilah *digital entrepreneurship* dianggap sebagai awal munculnya teknologi internet yang memungkinkan dilakukannya usaha digital. Perkembangan *digital entrepreneurship* didasarkan pada munculnya publikasi yang mendorong perkembangan penelitian digital pada awal tahun 1990-an seiring perkembangan dan penyebaran teknologi internet.⁷⁹

Berikut ini beberapa pendapat lain tentang *digital entrepreneurship* sebagai berikut:

- 1) Davidson & Gedeon mendefinisikan *digital entrepreneurship* merupakan mengejar peluang berdasarkan penggunaan media digital dan teknologi informasi dan komunikasi lainnya.⁸⁰

⁷⁸ Ita Nurcholifah Fachrurazi, “Kewirausahaan (Teori Dan Praktek).,” no. September (2021): 120–121.

⁷⁹ Tobias Kollmann et al., “Eras of Digital Entrepreneurship: Connecting the Past, Present, and Future,” *Business and Information Systems Engineering* 64, no. 1 (2022): 15–31, <https://doi.org/10.1007/s12599-021-00728-6>.

⁸⁰ E. Davidson and E. Vaast, “Digital Entrepreneurship and Its Sociomaterial Enactment,” *International Journal of Development and Management Review* 5, no. 1 (2010): 212–224, <http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/245180/245180.pdf%0>

- 2) Asghari & Gedeon mendefinisikan pengertian *digital entrepreneurship* sebagai proses kewirausahaan dalam menciptakan *E-Business* serta cara *e-business* ini dikelola menggunakan tim virtual.⁸¹
- 3) *Digital entrepreneurship* merupakan perusahaan digital dicirikan oleh intensitas tinggi pemanfaatan teknologi digital baru untuk meningkatkan operasi bisnis, menciptakan model bisnis baru, mempertajam kecerdasan bisnis, dan terlibat dengan pelanggan dan pemangku kepentingan.⁸²
- 4) *Digital entrepreneurship* didefinisikan sebagai proses penciptaan nilai *digital entrepreneurship* dengan menggunakan berbagai fasilitas sosio-teknis digital untuk mendukung efisiensi pengumpulan, pemrosesan, distribusi, dan penggunaan informasi digital.⁸³
- 5) Abdullah Balli, (2022) mendefinisikan bahwa kewirausahaan digital adalah jenis kewirausahaan yang diwujudkan dengan menciptakan produk dan layanan inovatif yang dapat dijangkau oleh banyak segmen masyarakat dan menjual produk dan layanan yang muncul ini diberbagai platform dengan memanfaatkan perkembangan yang terjadi berkat kemajuan teknologi.⁸⁴
- 6) *Digital entrepreneurship* merupakan istilah yang menggambarkan tentang praktek kewirausahaan yang mencakup segala sesuatu yang dilakukan secara digital.⁸⁵
- 7) Setiap kegiatan wirausaha yang dilakukan dengan memberikan penjualan, pelayanan melalui jaringan elektronik untuk menempati ceruk pasar guna menghasilkan peluang bisnis dan uang dengan berani berinovasi dan

⁸¹ S. Asghari, R., & Gedeon, "Significance and Impact of Internet on the Entrepreneurial Process: E-Entrepreneurship and Completely Digital Entrepreneurship. In Proceedings of the 4th European Conference on Innovation and Entrepreneurship" 70 (2010).

⁸² Dian Fordian Margono Purnomo, Erna Maulina, Ahmad Zaki, "State of The Art Digital Entrepreneurship in Family Business; Co-Authorship and Co-Occurrence Analysis" 71, no. 1 (2021): 63–71.

⁸³ Syamsuri et al., "Pengantar Kewirausahaan 9Transformasi Digital Entrepreneurship)," no. November (2021): 172, <https://www.researchgate.net/publication/355982441>.

⁸⁴ Abdullah Balli, "Digital Entrepreneurship and Digital Entrepreneurship Approach in Turkey: Ankara Case," *Journal of Business Research - Turk* 12, no. 2 (2020): 1058–1071.

⁸⁵ Gusrio Tendra, "Pelatihan Digital Entrepreneur Di Masa Pandemi Covid-19" 2, no. 1 (2022): 77–83.

mengambil resiko dapat dikatakan sebagai kewirausahaan digital.⁸⁶

Berdasarkan pengertian tersebut disimpulkan *digital entrepreneurship* adalah kegiatan usaha untuk mendorong nilai ekonomi melalui penciptaan produk dan layanan secara digital dengan memanfaatkan penggunaan dan perkembangan teknologi baru.

b. Karakter utama *Digital Entrepreneurship*

Digitalisasi telah banyak merubah dan membawa berbagai perubahan termasuk bagaimana cara seseorang atau pengusaha melakukan bisnisnya. Munculnya digitalisasi telah memunculkan berbagai bentuk dan model bisnis yang didasarkan pada potensi digital. Kemajuan teknologi digital ini tentu perlu digunakan secara baik agar dapat ikut membantu mengembangkan bisnis di era digital. Salah satu faktor yang ikut membantu pengembangan bisnis di era digital selain penggunaan dan pemanfaatan teknologi digital berupa karakter pebisnis itu sendiri. Berbagai karakter utama yang menjadi ciri khas wirausaha digital yang sukses diantaranya memiliki kapasitas organisasi, memiliki intuisi, fleksibilitas, penguasaan teknologi informasi, kemampuan kerja tim dan keterampilan komunikasi.

Berdasarkan hasil penelitian Filardi et al. dan Pereira and Bernardo menunjukkan bahwa karakteristik kesuksesan wirausaha digital dipengaruhi oleh kapasitas organisasi, intuisi, fleksibilitas, penguasaan teknologi informasi, kerja tim, dan keterampilan komunikasi. Karakteristik wirausaha digital yang sukses juga dipengaruhi kemampuan beradaptasi terhadap perubahan, perhatian terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta selalu *up to date*, dapat digali berdasarkan validasi model bisnis dan perkembangan startup. Adapun ciri lain kewirausahaan digital dapat dilihat dari semangat kerja dan kerja keras dalam mewujudkan keinginan untuk menjadi kaya dan kemampuan bersaing.⁸⁷

Selain itu menurut teori *The Big Five Model of Personality* untuk menjadi

⁸⁶ Enise Aragao and Ana Lúcia Vitale, "Characteristics of the Digital Entrepreneur: A Multicase," *International Journal of Innovation* 9, no. 2 (2021): 219–238.

⁸⁷ Heri Erlangga et al., "The Role of Entrepreneur Characteristics and Entrepreneur Motivation Has a Significant Effect on SMEs' Business Performance During Digital Era," *International Journal of Artificial Intelligence Research* 6, no. 1 (2021).

wirausaha digital yang sukses diperlukan kepribadian wirausaha yang meliputi 5 (lima) dimensi berupa kesungguhan dan ketekunan, menyukai hal-hal yang baru, membuka diri terhadap perubahan, kepatuhan dan memiliki kestabilan emosi. Selain itu seorang wirausaha yang sukses memiliki kesungguhan, semangat juang, motivasi, ketahanan, berpikiran kreatif, dan memiliki keterampilan pemecahan masalah⁸⁸

c. *Ciri-ciri Digital Entrepreneurship*

Sebagai seorang pengusaha sukses harus juga memiliki kemampuan beradaptasi sesuai kondisi yang ada sehingga bisnis dapat bertahan dan mampu bersaing.⁸⁹ Salah satu kunci sukses kewirausahaan digital harus memiliki kemampuan berpikir secara global sehingga inovasi yang diciptakan mudah diterapkan sesuai kebutuhan pasar. Semakin mudah inovasi dan ide-ide kreatif diintegrasikan atau digunakan konsumen akan semakin cepat pula dapat diterima konsumen atau pengguna.⁹⁰ Selain itu ciri-ciri lain yang merupakan kompetensi utama kesuksesan perusahaan digital berupa komunikasi pemasaran yang terpadu dan bekerja secara tim untuk berkolaboratif, kreatif dan analitis.⁹¹

d. *Peran Digital Entrepreneurship*

Mengingat pentingnya mata pelajaran bisnis digital yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha maka proses pembelajaran *digital marketing* harus dilakukan dengan strategi yang baik. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Nurfatwa Andriani Yasin dan Muhammad Nasir yang menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif kepada minat, motivasi atau keinginan menjadi seorang wirausahaan untuk memulai sebuah usaha atau bisnis. Pendidikan kewirausahaan yang dilakukan melalui

⁸⁸ Setia, "Personality Profile of Successful Entrepreneurs."

⁸⁹ Lucky Nugroho, "Trend Kewirausahaan Di Era Digita (Digital Preneur)," *Kewirausahaan*, no. May (2021): 215–225, <https://repository.penerbitwidina.com/media/343827-kewirausahaan-09bb1a47.pdf>.

⁹⁰ Hussain G. Rammal, "Innovation and International Entrepreneurship: Will the Digital Platform Serve All?," *International Journal of Economics, Business, and Entrepreneurship* 2, no. 2 (2019): h.97–103.

⁹¹ Marta Peris Ortiz and Carlos Rueda Armengot, "Editores Marta Peris Ortiz Sofia Estelles Miguel Carlos Rueda Armengot" (2019): h.5.

pembelajaran *digital marketing* diharapkan dapat membangun minat dan motivasi berwirausaha peserta didik untuk mampu melihat peluang yang ada disekitarnya sehingga mendorong lebih banyak peserta didik menjadi lebih serius dan berminat menjadi pengusaha.⁹²

Berdasarkan hasil penelitian Isra Mirna Noventri, dkk bahwa peran penting kewirausahaan digital berupa turut berpartisipasi dalam pembangunan negara melalui pemberian penyerapan tenaga kerja untuk mengurangi pengangguran sehingga pemanfaatan teknologi canggih harus ditanamkan kepada peserta didik.⁹³ Oleh karena itu, *digital entrepreneurship* memiliki peran penting untuk meningkatkan perekonomian melalui kegiatan wirausaha. Hal ini sesuai pendapat Erdisna mengemukakan tentang model pembelajaran *digital entrepreneurship* mampu menjadi solusi dalam menyelesaikan proses pembelajaran yang sesuai dengan abad 21 yang menggunakan sarana elektronik (digital) untuk menunjang kegiatan berwirausaha.⁹⁴

Berbagai program peningkatan pembelajaran *digital marketing* dapat dilakukan dengan penyuluhan dan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan minat wirausaha sehingga peserta didik memiliki jiwa wirausaha yang berguna untuk masa depan.⁹⁵ *Digital entrepreneurship* merupakan komponen penting struktur ekonomi yang ikut membantu mobilitas sosial dan ekonomi untuk pertumbuhan dan pengembangan ekonomi.⁹⁶ Selain itu peran penting kewirausahaan dapat mengurangi menyeimbangkan produksi dan konsumsi.⁹⁷

⁹² Nurfatwa Andriani Yasin and Muhammad Nasir, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa" 4, no. 1 (2022): h.67–75.

⁹³ Isra Mirna Noventri et al., "Peran Kewirausahaan Berbasis Digital Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran" 3, no. 2 (2021): h.68–74.

⁹⁴ Erdisna, "Model Pembelajaran Digital Entrepreneurship Untuk Generasi Milenial," 2022.

⁹⁵ Bellam Sheila Ardianti Dona Listianawati, Aqil Rosyid, "Sosialisasi Kewirausahaan Berbasis Online Untuk Meningkatkan Minat, Motivasi Dan Kreatifitas Siswa" 3 Nomor 1 (2013): 31–36.

⁹⁶ Amy Davis and Howard E. Aldrich Stephen Lippmann, *Entrepreneurship and Inequality*, 2005.

⁹⁷ Rodrigo Varela Villegas, Fernando Pereira Laverde et al., *Dinámica de Empresarial*, 2019.

Kewirausahaan juga memiliki peran penting untuk melahirkan wirausaha-wirausaha baru dengan cara memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang dengan baik. Selain itu dengan kegiatan kewirausahaan dapat menumbuhkan jiwa *entrepreneur* bidang digital sehingga ada peningkatan perekonomian, kesejahteraan dan kemandirian peserta didik.⁹⁸ Wirausaha yang sukses tidak dapat lahir begitu saja dengan mudah dalam waktu singkat namun perlu dilatih dan ditanamkan sikap, mental dan perilaku agar menjadi wirausaha yang tangguh. Salah satu cara untuk menanamkan sikap, perilaku dan minat menjadi wirausaha dapat dimulai sejak usia sekolah sehingga ketika peserta didik telah lulus sekolah telah memiliki keberanian untuk memulai dan menjadi wirausaha.⁹⁹

Berdasarkan penjelasan tersebut *digital entrepreneurship* berpotensi untuk mempengaruhi minat peserta didik untuk berwirausaha untuk melihat peluang yang ada disekitarnya sehingga dapat ikut berpartisipasi dalam pembangunan negara melalui pemanfaatan teknologi canggih yang harus ditanamkan kepada peserta didik. Selain itu, peran *digital entrepreneurship* dapat membantu mobilitas sosial dan ekonomi untuk pertumbuhan dan pengembangan ekonomi dengan cara menumbuhkan jiwa *digital entrepreneurship* sehingga ada peningkatan perekonomian, kesejahteraan dan kemandirian peserta didik.

e. Kelebihan *Digital Entrepreneurship*

Menurut pendapat Cristina Fernandes, et.al, terdapat banyak kelebihan yang dapat diperoleh dari *digital entrepreneurship* antara lain:¹⁰⁰

- 1) Kewirausahaan digital memudahkan akses mitra dan pemasok potensial yang luas. Selain itu jangkauan *digital entrepreneurship* lebih luas sehingga lebih mampu membuka kemungkinan baru untuk berkembang. *Digital*

⁹⁸ Ina Syarifah et al., “Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur Di Era Digital Pada Remaja Karang Taruna Kabupaten Gresik” 3, no. 4 (2022): 957–960.

⁹⁹ Ambarwati and Indra Sumarna Sobari, “Membangun Jiwa Kewirausahaan Di Era Milenial Bagi Ahasiswa Institut Stiami Kampus Tangerang Selatan,” *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 2, no. 2 (2020): h.140–144.

¹⁰⁰ C. Fernandes J. Ferreira, “Resources and Capabilities’ Effects on Firm Performance: What Are They?. *Journal of Knowledge Management, 21(5)*” 13, no. 3 (2017).

entrepreneurship juga memungkinkan untuk berbagi dengan mitra atau orang lain di berbagai wilayah sehingga dapat meminimalisir risiko dan beban yang mungkin ada.

- 2) Kewirausahaan digital mempercepat pengambilan peluang usaha. Hal ini dapat dilakukan dengan cara kolaborasi baru membuka pintu bagi wirausaha yang lebih efektif. Selain itu, *digital entrepreneurship* memungkinkan pemanfaatan peluang wirausaha dengan cepat, mudah dan bertindak berdasarkan pengetahuan dan data.
- 3) Membuka bidang peluang wirausaha baru. *Digital entrepreneurship* mempermudah penemuan dan perubahan ide produk digital baru dengan mudah untuk diubah, diperbarui, dan digabungkan kembali daripada produk fisiknya.
- 4) *Digital entrepreneurship* memudahkan untuk mengubah ukuran bisnis agar sesuai dengan peluang. Melalui bisnis digital baru dapat dengan mudah meningkatkan kemampuan baru setiap saat.
- 5) *Digital entrepreneurship* menawarkan kemungkinan pemberdayaan orang untuk berbuat lebih banyak dalam pembuatan dan penciptaan usaha baru.
- 6) *Digital entrepreneurship* dapat membantu mengatasi hambatan mekanisme kewirausahaan seperti mengisi formulir dan memperoleh lisensi.
- 7) *Digital entrepreneurship* menambah dinamisme yang sehat bagi ekonomi, mengundang sebanyak mungkin orang untuk menjadi bagian dari ekonomi digital masa depan.

5. Prinsip Dasar Model *Digital Entrepreneurship*

Prinsip dasar yang menjadi pondasi model *digital entrepreneurship* berupa keterampilan *copywriting*. Berikut ini beberapa prinsip dasar yang dapat dilakukan untuk membuat *copywriting* yang menarik, antara lain:¹⁰¹

¹⁰¹ Yanuar Aris Budiarto dan Alfian Faiz Izzulhaq, "Kurikulum Facebook Bisnis, Panduan Lengkap Iklan Facebook, Copywriting Dan Online Marketing" (2019): h.171–175.

a. Riset kata kunci dan penentuan target pasar

Untuk memulai membuat konten yang menarik diperlukan kemampuan dasar berupa riset kata kunci dan penentuan target pasar. Riset kata kunci merupakan kemampuan seseorang dalam melakukan pengumpulan dan riset data unik pada produk dan layanan digital. Data yang terdapat pada produk dan layanan digital diperoleh dari setiap pengguna produk dan layanan digital yang meninggalkan jejak data. Data-data yang terekam ini selanjutnya dikumpulkan dan dapat dianalisa kembali sebagai bahan penciptaan kata kunci yang terdapat pada produk dan layanan digital terkait. Berdasarkan jejak data ini dapat diketahui bagaimana produk dan layanan dapat dikembangkan untuk menciptakan nilai lebih bagi pengguna atau pelanggan. Berdasarkan jejak data inilah kemudian dilakukan analisa data dan digunakan untuk mencari dan menemukan peluang yang lebih bagus berdasarkan algoritma, metode keputusan otomatis dan manfaat lain yang digunakan untuk menciptakan peoduk dan layanan yang lebih berharga.¹⁰²

Sebelum membuat konten *writing*, perlu dilakukan segmentasi atau target pasar terlebih dahulu. Hal ini dilakukan untuk menyesuaikan gaya bahasa iklan dengan target pasar yang dituju. Jika produk yang anda pasarkan memidik target pasar usia remaja, maka bahasa iklan yang digunakan sebaiknya juga bahasa yang disukai remaja. Dengan demikian, gaya bahasa dapat menyesuaikan dengan jenis berita-berita yang disukai target pasar sehingga terjalin kedekatan secara personal dan mampu meraih sisi emosional target pembaca iklan.

b. Buat Judul Yang Mengundang Rasa Penasaran

Membuat judul yang menarik merupakan hal yang sangat penting diketahui dan diterapkan oleh pembuat iklan. Hal ini karena hal pertama yang dibaca pemirsa adalah judul iklan. Apabila judul yang digunakan mengundang rasa penasaran, maka akan dilanjutkan untuk mengetahui lebih lanjut bagian lain dari iklan tersebut. Sebaliknya jika judul yang dibuat kurang bahkan tidak

¹⁰² Jonathan P. Allen, *Digital Entrepreneurship*, 2019.

menarik sama sekali, maka kemungkinan besar iklan yang dilihat akan dibiarkan begitu saja. Dengan demikian mengingat pentingnya judul yang menarik akan mempengaruhi tindakan selanjutnya dari pemirsa, maka judul harus dibuat dengan menarik, padat, singkat dan mengundang rasa penasaran. Contoh: *Diskon Besar-Besaran, Harga Murah Hanya Untuk Hari Ini, Beli Sekarang Dapat Bonus, Apakah Anda Yang Beruntung Hati Ini?*

c. Gunakan Data, Fakta Dan Angka

Berbeda dengan batas tulisan di *twitter*, *copywriting* yang dibuat untuk iklan di facebook, instagram, dan di whatsapp sangat memungkinkan untuk menulis dengan deretan panjang. Maka jangan lupakan, dalam anatomi iklan anda, pastikan anda juga mencantumkan data-data fakta dan angka. Deretan fakta-fakta itu akan lebih mudahmasuk ke dalam benak pembaca sehingga setelah membaca mereka akan merespon dengan kata ya. Misalnya 80% karyawan gagal bahagia di masa pensiunnya. 70% karyawan tidak memiliki bekal yang cukup di masa tuanya, pada usia 50 tahun ke atas, mengalami produktifitas menurun, sementara gaji yang didapat sama, kebutuhan hidup dan kesehatan semakin meningkat. Mereka mungkin mendambakan anak gantian disubsidi anak-anaknya, namun faktanya anak-anaknya belum mapan, punya banyak cicilan dan tidak siap memiliki banyak tanggungan sehingga masa tua mereka menjadi beban, maka segera miliki investasi dan dana tabungan pensiun untuk masa depan yang aman.

d. Fokus Pada Solusi

Banyak pebisnis pemula yang menjual produk atau jasa dengan mengedepankan fitur-fitur mereka, bukan pada solusi untuk para calon pembeli. Fokuslah pada solusi sebagai pembeda produk yang dijual dibanding produk yang sudah ada. Tunjukkan solusi kepada mereka, bukan hanya berbicara fitur. Oleh karena itu perlu dipahami bahwa pembaca atau calon pembeli hanya mementingkan keuntungan untuk mereka sendiri bukan fitur-fitur yang terkadang kurang dipahami.

e. Original

Buatlah artikel atau konten yang asli dan tidak menjiplak karya yang telah ada dari orang lain. Karya yang original dan memiliki gaya tersendiri akan menjadi daya tarik sendiri bagi pengguna atau pembaca. Gunakan pola-pola *copywriting* yang Anda temui di iklan, lalu dimodifikasi sesuai kebutuhan.

Berdasarkan prinsip *copywriting* tersebut dapat digunakan sebagai modal awal untuk merubah pembelian produk dan jasa secara digital sehingga penawaran yang dibuat lebih menarik dan menimbulkan minat pembeli. Dengan memahami cara membuat *copywriting* yang menarik, artikel, gambar, konten lainnya yang dibuat dapat menarik konsumen untuk mencari lebih jauh informasi tentang produk tersebut untuk selanjutnya bersedia melakukan pembelian.

6. Model Pembelajaran *Digital Marketing* berbasis *Digital Entrepreneurship*

Pembelajaran *digital marketing* merupakan proses pembelajaran yang dilakukan dengan bantuan jaringan internet untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta didik.¹⁰³ Model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dilakukan dengan menerapkan kaidah-kaidah *digital entrepreneurship* dalam menjalankan *digital marketing*. Model pembelajaran *digital marketing* ini dikatakan berhasil apabila terdapat peningkatan berwirausaha melalui penerapan kaidah-kaidah *digital entrepreneurship* dalam menjalankan bisnisnya. Dengan meningkatnya minat wirausaha diharapkan peserta didik dapat memiliki kemandirian hidup di masa depan.¹⁰⁴

Model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* ini didasarkan pada adanya perubahan dan pergeseran pola pikir generasi usia sekolah dari pekerjaan formal menjadi pengusaha digital. Selain itu pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dapat mengurangi kelebihan populasi produktif yang bekerja pada sektor formal.¹⁰⁵ Pembelajaran *digital marketing*

¹⁰³ Tian Belawati, Pembelajaran Online, 2019.

¹⁰⁴ Syarifah et al., "Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur Di Era Digital Pada Remaja Karang Taruna Kabupaten Gresik."

¹⁰⁵ Ni Putu Santhi Widiasih and Gede Sri Darma, "Millennial Digital Content Creator on New Normal Era: Factors Explaining Digital Entrepreneur Intention," *Asia Pacific Management and Business Application* 010, no. 02 (2021): h.161–176.

berbasis *digital entrepreneurship* juga didasarkan pada pesatnya perkembangan teknologi yang tidak dapat dipisahkan dari teknologi. Berbagai platform *digital marketing* telah banyak hadir dalam mendukung tujuan dan konsep pemasaran modern, salah satunya kehadiran website dan media sosial sebagai media untuk menghubungkan penjual dengan konsumen melalui sarana elektronik. Jadi kehadiran teknologi informasi merupakan cara yang efektif untuk mendukung pemasaran modern di era digital saat ini yang harus dapat dimanfaatkan dengan baik.¹⁰⁶

Menurut Erdisna bahwa penerapan model pembelajaran *digital marketing* untuk generasi milenial dapat dilakukan melalui sintaks pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.¹⁰⁷ Adapun sintaks yang dilakukan dalam melaksanakan model pembelajaran *digital entrepreneurship* terdiri dari 8 (delapan) fase yang dimulai dari fase 1 *motivation dan planning*, fase 2 *cognition*, fase 3 *observation and analysis*, fase 4 *business plan*, fase 5 *development*, fase 6 *evaluation and review*, fase 7 *reporting* dan fase 8 *feedback*. Adapun langkah-langkah pembelajaran *digital entrepreneurship* sebagai berikut.

Tabel 2.4 Langkah-langkah Pembelajaran *Digital Entrepreneurship*

Fase	Deskripsi Kegiatan	Aktivitas Kewirausahaan
Fase 1 <i>Motivation and planning</i>	Pada tahap awal ini dilakukan perencanaan pembelajaran yang didasarkan pada kajian dasar teori pembelajaran sehingga menghasilkan kesamaan pandangan dalam pelaksanaan pembelajaran	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dirumuskan konsep dasar teori dan kegiatan motivasi peserta didik terhadap pembelajaran <i>digital entrepreneurship</i> ▪ Membangun motivasi untuk melaksanakan aktifitas wirausaha melalui pembelajaran
Fase 2, <i>Cognition</i>	Menjelaskan kajian teoritis <i>digital entrepreneurship</i> dengan capaian dan indikator yang ingin dicapai dalam pembelajaran	Dilakukan analisis teori berupa capaian dan indikator pembelajaran sesuai konsep pembelajaran <i>digital</i>

¹⁰⁶ Novy Adityasari, "Endorsement Sebagai Trend Media Pemasaran Dalam Perspektif Islam" (2015): h.10.

¹⁰⁷ Erdisna, "Model Pembelajaran Digital Entrepreneurship Untuk Generasi Milenial," 2022.

Fase	Deskripsi Kegiatan	Aktivitas Kewirausahaan
		<i>marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>
Fase 3, <i>Observation and analysis</i>	Guru memberikan penjelasan bagaimana cara melakukan observasi dan analisis terhadap model pembelajaran <i>digital entrepreneurship</i> yang dilakukan sehingga menghasilkan produk yang sesuai kebutuhan konsumen atau pengguna	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Melakukan analisa kasus dengan kegiatan observasi kepada pengguna produk atau layanan ▪ Mengembangkan produk melalui proyek pembelajaran <i>digital entrepreneurship</i> dengan cara melakukan observasi kebutuhan yang diperlukan konsumen atau pengguna
Fase 4, <i>Business Plan</i>	Setelah melakukan observasi dan analisis, kemudian guru menjelaskan cara membuat perencanaan bisnis sesuai rumusan proyek <i>digital entrepreneurship</i> yang dilakukan terkait dengan draft atau prototype yang meliputi waktu, keuangan dan hal-hal lain yang diperlukan dalam pengembangan perencanaan usaha.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Membuat perencanaan bisnis sederhana ▪ Melakukan aktifitas perancangan produk yang sesuai kebutuhan pengguna atau konsumen
Fase 5, <i>Development</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Setelah perencanaan usaha dibuat, guru memberikan penjelasan cara menerapkan kemampuan dalam mengembangkan produk unggul dan inovatif yang telah dirumuskan dalam bentuk proyek <i>digital entrepreneurship</i> sesuai kebutuhan konsumen atau pengguna ▪ Guru memberikan pengetahuan kepada peserta didik mengenai cara mengembangkan <i>digital entrepreneurship</i> sesuai perkembangan teknologi 	Menghasilkan produk <i>digital entrepreneurship</i> yang sesuai kebutuhan konsumen atau pengguna sekaligus memberikan pelayanan yang dibutuhkan

Fase	Deskripsi Kegiatan	Aktivitas Kewirausahaan
Fase 6, <i>Evaluation and Review</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pendidik melakukan evaluasi terhadap pengembangan produk <i>digital entrepreneurship</i> yang telah dilakukan peserta didik melalui diskusi ▪ Pendidik bersama peserta didik melakukan kegiatan review terhadap aktifitas pengembangan produk <i>digital entrepreneurship</i> yang telah dilakukan sehingga terjadi peningkatan kualitas pembelajaran yang berkelanjutan berdasarkan produk yang dikembangkan ▪ Aktifitas <i>review</i> produk <i>digital entrepreneurship</i> juga dilakukan untuk mengetahui tanggapan dan masukan pengguna produk ▪ Pendidik memberikan pengetahuan tentang bagaimana cara melakukan kolaborasi dan kegiatan negosiasi dengan pengguna produk dengan efektif 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Peserta didik melakukan evaluasi terhadap produk <i>digital entrepreneurship</i> yang dikembangkan ▪ Peserta didik melakukan review terhadap proses pengembangan produk <i>digital entrepreneurship</i> yang sesuai kebutuhan pengguna ▪ Peserta didik melakukan komunikasi dengan pengguna atas produk <i>digital entrepreneurship</i> yang dihasilkan
Fase 7, <i>Reporting</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pendidik menyampaikan kepada peserta didik bagaimana cara melakukan pelaporan kegiatan proyek pengembangan produk <i>digital entrepreneurship</i> yang telah dikembangkan ▪ Pendidik melaporkan hasil pengembangan produk <i>digital entrepreneurship</i> kepada pengguna dan meminta tanggapan atas hasil pengembangan produk 	Laporan pertanggung jawaban proyek <i>digital entrepreneurship</i>
Fase 8, <i>Feedback</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aktifitas dalam fase terakhir ini dilakukan untuk 	Support usaha dan proyek <i>digital entrepreneurship</i> di masa mendatang

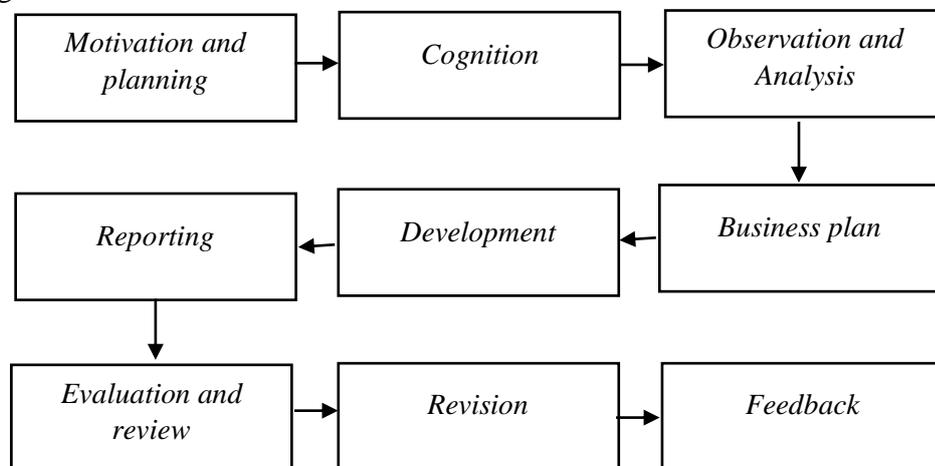
Fase	Deskripsi Kegiatan	Aktivitas Kewirausahaan
	<p>menanggapi proyek pengembangan produk <i>digital entrepreneurship</i> kegiatan yang selesai dilaksanakan</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kegiatan umpan balik ini bertujuan untuk mengetahui tingkat keberhasilan pengembangan produk <i>digital entrepreneurship</i> yang telah dilaksanakan 	

Dari sintaks pembelajaran *digital entrepreneurship* tersebut, selanjutnya diadopsi ke dalam model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* kecuali point ke-5 (*development*) karena pada langkah ini dikembangkan oleh peneliti yaitu mata pelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*. Berikut ini langkah-langkah sintaks pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* antara lain:

- a. Langkah Perencanaan dan Motivasi (*Motivation and Planning*)
Guru memberi pemahaman dan memotivasi peserta didik pentingnya *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.
- b. Langkah Kognitif (*Cognition*)
Guru bersama peserta didik mengidentifikasi konsep-konsep yang berkaitan dengan *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.
- c. Langkah Observasi dan Analisis (*Observation and Analysis*)
Berdasarkan konsep yang terbangun, peserta didik melakukan observasi dan analisa data digital sesuai kaidah *digital entrepreneurship*.
- d. Langkah Perencanaan *Digital Marketing* (*Business plan*)
Peserta didik bersama guru merancang dan membuat master konten berdasarkan kaidah *digital entrepreneurship* UTDHTL (*Username, Title, Description, Hashtag, Tags, Location*)
- e. Langkah Pengembangan (*Development*)
Peserta didik bersama guru menerapkan dan mengembangkan master konten ke website dan media sosial.
- f. Langkah pelaporan (*Reporting*)
Peserta didik melaporkan hasil pembuatan website dan media sosial yang telah dilakukan.

- g. Langkah Evaluasi dan Review (*Evaluation and review*)
Guru melakukan evaluasi website dan media sosial peserta didik dan melakukan review sebagai bahan perbaikan kualitas website dan media sosial.
- h. Langkah Perbaikan (*Revision*)
Peserta didik melakukan perbaikan media sosial setelah mendapatkan evaluasi dan review dari guru.
- i. Langkah umpan balik (*Feedback*)
Guru dan peserta didik memberikan tanggapan komentar atas website dan media sosial yang telah dilakukan.

Berdasarkan sintak pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* tersebut kemudian digunakan sebagai model pengembangan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK Berbasis Pesantren. Berikut ini sintaks pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* yang dikembangkan pada penelitian ini dijelaskan pada gambar berikut.



Gambar 2.1 Sintaks Pembelajaran *Digital Marketing* Berbasis *Digital Entrepreneurship*

7. Minat Berwirausaha

a. Pengertian minat

Menurut Slameto, minat adalah dorongan yang ada dalam diri individu yang timbul dengan tidak ada paksaan orang lain terhadap sesuatu hal atau aktifitas baik perasaan suka maupun tertarik. Minat bersifat dinamis artinya dapat berubah-ubah sesuatu situasi dan kondisi sesuai penerimaan abtara diri individu dengan sesuatu yang berasal dari luar dirinya sehingga minat tidaklah sesuatu yang stabil melainkan senantiasa berubah. Secara umum minat

dipengaruhi oleh 3 (tiga) unsur yaitu kondisi psikis, kondisi fisik dan kondisi lingkungan.¹⁰⁸ Menurut pendapat yang dikemukakan Hurlock bahwa minat atau *interest* didefinisikan sebagai dorongan untuk melakukan sesuatu yang diinginkan sesuai pilihannya. Oleh karena itu, minat dapat dimaknai sesuatu yang bersifat lebih tetap (*presistence*).¹⁰⁹ Dari pengertian mengenai minat tersebut disimpulkan bahwa minat merupakan suatu tindakan untuk melakukan sesuatu yang disukai dan menarik sesuai pilihannya.

Dengan demikian minat akan menjadi daya dorong individu melakukan sesuatu yang menurutnya suka dan menarik sesuatu situasi dan kondisi serta faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti fisik, psikis ataupun kondisi lingkungannya. Jika suka dan minat seseorang terhadap suatu obyek atau pekerjaan tinggi, maka semakin tinggi pula dorongan untuk melakukan pekerjaan, sedangkan jika suka dan minat terhadap obyek atau pekerjaan rendah maka akan menurunkan dorongan dan motivasi melakukan pekerjaan.

b. Pengertian Wirausaha

Menurut Fu'adi kata wirausaha berasal dari dua kata yaitu “wira” dan “usaha”. Kata wira artinya berani, utama, dan berdiri sendiri, sedangkan kata usaha artinya aktifitas yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan.¹¹⁰ Jadi wirausaha dapat diartikan sebagai keberanian untuk berdiri sendiri sesuai kekuatan yang ada dalam dirinya untuk melakukan aktifitas untuk memenuhi kebutuhan. Menurut Buchari Alma, wirausaha merupakan seseorang yang bertindak sebagai pendobrak ekonomi yang dilakukan dengan cara penciptaan bentuk organisasi dan mengolah bahan baku baru serta memperkenalkan suatu produk yang baru.¹¹¹ Sedangkan menurut Suryana, wirausaha didefinisikan sebagai upaya-upaya yang dilakukan seseorang dalam mengembangkan

¹⁰⁸ Slameto, “Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya” (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).

¹⁰⁹ Elizabeth B. Hurlock, “Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan Edisi Kelima.” (2011).

¹¹⁰ Murdani I.F. Fuadi, Eko B, “Hubungan Minat Wirausaha Dengan Prestasi Praktik Kerja Industri Siswa Kelas XII Teknik Otomotif SMK Negeri Adenawa Kabupaten Tegal. Jurnal PTM. Vol 9, No. 2” 2, no. 5 (2009),

¹¹¹ Buchari Alma, “Kewirausahaan” (Bandung: Alfabeta, 2013).

gagasan yang dipadukan dengan sumber daya yang ada sehingga terciptalah kesempatan (*opportunity*) dan perbaikan (*preparation*) hidup yang lebih baik dan berbeda dari lainnya.¹¹² Sementara itu menurut Kasmir, wirausaha diartikan sebagai orang yang memiliki keberanian membuka usaha dalam berbagai kesempatan melalui keberanian mengambil resiko.¹¹³

Berdasarkan pengertian wirausaha tersebut disimpulkan bahwa wirausaha merupakan aktifitas seseorang yang berani memanfaatkan potensi dan kekuatan yang dimilikinya dengan cara bertindak sebagai pendobrak ekonomi yang menciptakan, mengolah bahan baku dan memperkenalkan barang atau jasa baru dalam rangka pengembangan gagasan yang dipadu dengan sumber daya yang ada sehingga terciptalah peluang (*opportunity*) dan perbaikan (*preparation*) hidup yang lebih baik pemenuhan kebutuhan dalam hidup.

c. Pengertian Minat Berwirausaha

Menurut Isky Fadly, minat berwirausaha diartikan sebagai keinginan dan ketertarikan dan kesediaan melakukan usaha maksimal dengan kemauan keras untuk berdiri sendiri dalam usaha pemenuhan kebutuhan dalam hidup tanpa perlu khawatir terhadap akibat yang mungkin dialami dengan selalu belajar atas kegagalan yang pernah dialami.¹¹⁴ Menurut Bukhari Alma, minat berwirausaha dapat dipengaruhi dengan 3 (tiga) faktor yaitu *personal*, *sociological*, dan *environmental*.¹¹⁵ Sedangkan menurut Robinson dan Sexton, Bates dalam Millman minat berwirausaha dipengaruhi oleh pendidikan baik yang ditempuh secara formal maupun informal.¹¹⁶ Dengan demikian pembelajaran *digital marketing* sebagai modal pendorong atau motivasi untuk menjadikan seseorang menjadi wirausaha.

¹¹² Suryana, "Kewirausahaan" (Jakarta: Salemba Empat, 2010).h.6

¹¹³ Kasmir, "Kewirausahaan" (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persana, 2011).h.19

¹¹⁴ Isky Fadli, "Prestasi Praktik Kerja Industri Siswa Kelas Xii Teknik Otomotif SMK Negeri 1 Adiwerna Kabupaten Tegal Tahun Ajaran 2008 / 2009" (2009).

¹¹⁵ Alma, "Kewirausahaan."h.9

¹¹⁶ Millman, "Entrepreneurship Education and Students Internet Entrepreneurship Intention. *Jornal of Small Business and Enterprise Delevopment*, 17 (4)," 17 (2010): 572.

Berkaitan dengan pendidikan formal pada kurikulum merdeka jenjang Sekolah Menengah Kejuruan telah ditetapkan salah satu mata pelajaran bisnis digital untuk diajarkan pada Program Keahlian Pemasaran di kelas 11 (sebelas) agar peserta didik berminat wirausaha secara *digital*.

Minat berwirausaha peserta didik tidak sama antara satu dengan yang lain. Menurut Setia dalam bahwa ketidaksamaan wirausaha dipengaruhi adanya latar belakang yang berbeda, antara lain: (1) lingkungan keluarga; (2) pendidikan; (3) nilai-nilai (*values*) personal; (4) usia; dan (5) riwayat pekerjaan. Selain itu untuk meningkatkan minat berwirausaha juga diperlukan apresiasi dan penghargaan terhadap wirausaha muda yang sukses melalui promosi “*Young Entrepreneur Awards*” atau penghargaan pengusaha muda dan sejenisnya.¹¹⁷ Berdasarkan pengertian minat berwirausaha disimpulkan bahwa minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, dan kesediaan berusaha secara maksimal dan berkemauan keras belajar baik melalui pendidikan formal maupun informal untuk mengelola usaha sehingga termotivasi menjadi wirausaha.

Menurut Dunwill Tian Belawati setidaknya ada 6 (enam) prinsip dasar pembelajaran yang pembelajaran *digital entrepreneurship* bagi peserta didik yang perlu diperhatikan berikut ini.¹¹⁸

- a. Kontak pembelajar-pengajar. Pembelajaran *digital entrepreneurship* yang baik dipengaruhi kontak pembelajar dengan pengajar. Komunikasi atau kontak yang dilakukan pendidik dengan peserta didik dengan intensif memiliki pengaruh yang positif terhadap minat belajar sehingga akan meningkatkan hasil belajar.
- b. Kolaborasi antar pembelajar. Proses pembelajaran yang dilakukan dalam suatu kelompok peserta didik berpengaruh terhadap suasana pembelajaran yang sedang belajar untuk saling berinteraksi, bekerja sama dan saling membantu dalam meningkatkan minat belajar. Dengan demikian pemberian

¹¹⁷ Setia, “Personality Profile of Successful Entrepreneurs.”

¹¹⁸ Tian Belawati, “Pembelajaran Online” (Jakarta: Universitas Terbuka, 2019).h.50

tugas kelompok perlu dilakukan dan dimaksimalkan agar tercipta suasana belajar yang kondusif dan meningkatkan minat belajar.

- c. Suasana belajar aktif. Pembelajaran yang baik perlu dilakukan dalam suasana yang aktif sehingga peserta didik memiliki minat belajar yang tinggi. Pendidik perlu mendesain proses pembelajaran yang memungkinkan keaktifan peserta didik dengan tidak menyampaikan pembelajaran hanya satu arah, tetapi dapat menciptakan interaksi dua arah. Hal ini dapat dimaknai bahwa guru tidak hanya sebagai pendidik, tetapi juga sebagai fasilitator, pembimbing dan *problem solving* dalam pembelajaran.
- d. Umpan balik yang cepat. Proses pembelajaran yang baik tidak terlepas dari umpan balik yang diberikan guru terhadap peserta didik pada proses pembelajaran. Setiap ada umpan balik dari peserta didik sebaiknya guru segera melakukan tanggapan dengan cepat dan tepat.
- e. Tujuan pembelajaran yang dapat dicapai. Setiap tingkat pendidikan tentunya memiliki tujuan yang akan dicapai melalui rumusan tujuan pembelajaran yang ada. Buatlah rumusan tujuan pembelajaran yang tepat dan sesuai dengan tingkatan dan tujuan pembelajaran dilakukan.
- f. Penghargaan atas perbedaan. Pembelajaran yang baik perlu diberikan penghargaan kepada peserta didik yang telah berhasil mengikuti proses pembelajaran yang baik.

Berdasarkan prinsip dasar pembelajaran yang pembelajaran *digital entrepreneurship* bagi peserta didik tersebut disimpulkan bahwa pembelajaran *digital marketing* dilakukan dengan prinsip dasar yang harus diperhatikan yaitu komunikasi yang intensif, saling berinteraksi dan bekerjasama, suasana belajar aktif, adanya umpan balik pembelajar, adanya tujuan pembelajaran yang tepat dan kesamaan perlakuan terhadap seluruh pembelajar. Adapun indikator pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK berbasis pesantren dalam penelitian ini meliputi : 1) kontak pembelajar pengajar; 2) kolaborasi antar pembelajar; 3) suasana belajar aktif; 4) umpan balik yang cepat; 5) tujuan pembelajaran yang dapat dicapai dan 6) penghargaan atas perbedaan.

8. Mata Pelajaran *Digital Marketing* di SMK

Pada kurikulum merdeka yang termuat pada capaian pembelajaran mata pelajaran bisnis digital fase F untuk SMK/MAK disebutkan bahwa mata pelajaran bisnis digital memuat 8 (delapan) elemen yaitu: 1) ekonomi bisnis dan administrasi umum; 2) *marketing*; 3) perencanaan bisnis, 4) komunikasi bisnis; 5) *digital branding*; 6) *digital onboarding*; 7) *digital marketing* dan 8) *digital operation*. Secara rinci pada elemen *digital marketing* memuat 8 (delapan) topik yaitu: 1) memahami ruang lingkup *digital marketing*; 2) memahami etika warga internet (*internet citizen*); 3) melakukan analisis data digital; 4) mengaplikasikan *Google Business Profile* atau *Google My Business* (GMB); 5) mengaplikasikan *Search Engine Optimization* (SEO); 6) mengaplikasikan *Search Engine Marketing* (SEM); 7) melakukan promosi di *social media marketing* dan 8) melakukan promosi di *marketplace*.¹¹⁹

Berdasarkan uraian mata pelajaran bisnis digital pada kurikulum 2023 dan mata pelajaran bisnis digital pada kurikulum merdeka, maka pada penelitian ini digunakan kurikulum merdeka pada mata pelajaran bisnis digital khususnya pada elemen *digital marketing* yang memuat 4 topik yaitu: 1) memahami ruang lingkup *digital marketing*; 2) memahami etika warga internet (*internet citizen*); 3) melakukan analisis data digital; 4) melakukan promosi melalui media sosial.

C. Hasil Penelitian yang Relevan

Berkaitan dengan penelitian pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK berbasis pesantren yang dilakukan, terdapat beberapa penelitian yang membahas penelitian terkait berikut ini.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Moh. Zaidi Abd Rozan dengan judul “Program Magang Kewirausahaan Digital di Kementerian Pendidikan Tinggi Malaysia tahun 2022” yang dilakukan pada tahun 2022. Dalam artikel tersebut dijelaskan bahwa dunia bisnis digital memiliki daya tarik berupa analisis data, daya tarik

¹¹⁹ Riset dan Teknologi Republik Indonesia Badan Standar, Kurikulum dan Asesmen Pendidikan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, “*Capaian Pembelajaran Mata Pelajaran Bisnis Digital Fase F Untuk SMK/MAK*” (2022).

visual, melatih kemampuan persuasi, pemahaman iklan berbayar, pemahaman waktu *posting* untuk meningkatkan nilai bisnis.¹²⁰ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama meneliti kewirausahaan digital. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti bahwa penelitian ini melakukan penelitian kewirausahaan digital di Malaysia, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti dilakukan pada peserta didik kelas 11 program keahlian pemasaran 3 (tiga) SMK berbasis Pesantren di Indonesia.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiauwaty, N., & Daud, I pada tahun 2021. Dalam artikelnya menunjukkan hasil penelitiannya bahwa pengembangan *digital entrepreneurship* di Indonesia dinilai masih rendah sehingga perlu pengembangan, penguatan literasi *digital entrepreneurship* dan motivasi agar dapat bertransformasi ke arah digitalisasi dalam menjalankan bisnisnya.¹²¹ Penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti yang dilaksanakan peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang pengembangan kewirausahaan digital dan motivasi dalam menjalankan usaha. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan bahwa penelitian ini melakukan penelitian kepada para pelaku UMKM di Desa Kerinjing Ogan Ilir, Sumatera Selatan, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti dilakukan pada peserta didik kelas 11 program keahlian pemasaran 3 (tiga) SMK berbasis Pesantren di Indonesia.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Larisa V. Frolova & Iryna M. Boik pada tahun 2021. Dalam artikelnya menunjukkan bahwa pengembangan teknologi informasi dan digitalisasi memiliki potensi besar dalam penciptaan pasar digital.¹²² Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti

¹²⁰ Mohd Zaidi Abd Rozan, "Evidence of Impact from a National Digital Entrepreneurship Apprentice Program in Malaysia," *Indonesian Journal of Innovation and Applied Sciences (IJIAS)* 2, no. 1 (2022): h.50–59.

¹²¹ Hera Febria Mavilinda et al., "Penguatan Ekonomi Digital Melalui Pengembangan 'Digital Entrepreneurship' Bagi Pelaku Umkm Di Desa Kerinjing Ogan Ilir Sumatera Selatan," *Selaparang Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 5, no. 1 (2021): h.627.

¹²² Iryna M. Boiko Larisa V. Frolova, "Transformation of Entrepreneurship Into the Digital Economy," *Economics.Net.Ua* 2, no. 54 (2021): h.47–56, <https://economics.net.ua/en/files/archive/2021/No2/47.pdf>.

adalah sama-sama meneliti pengembangan digitalisasi dalam bidang bisnis digital. Perbedaan dengan penelitian ini adalah meneliti pengembangan kewirausahaan digital di Ukraina, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti dilakukan pada peserta didik kelas 11 program keahlian pemasaran 3 (tiga) SMK berbasis Pesantren di Indonesia.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Jahangir Karimi dan Zhiping Walter pada tahun 2021. Dalam artikelnya menunjukkan bahwa kewirausahaan digital secara langsung berdampak pada pembangunan kapabilitas platform digital untuk inovasi produk dan model bisnis.¹²³ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang pengembangan kewirausahaan digital di Amerika Serikat, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan pada 3 (tiga) SMK berbasis Pesantren di Indonesia.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Rammal, H. G. pada tahun 2019. Dalam artikelnya menunjukkan bahwa wirausahawan harus memikirkan bagaimana ide-ide mereka dapat dimodifikasi agar sesuai dengan infrastruktur teknologi pasar dan kebutuhan konsumen, kemampuan untuk beradaptasi sebagai kunci keberhasilan berwirausaha digital.¹²⁴ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama meneliti kewirausahaan digital pada sekolah bisnis di Australia, sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian yang dilakukan pada 3 (tiga) SMK berbasis Pesantren di Indonesia.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Abdullah Balli pada tahun 2020. Dalam artikelnya menunjukkan bahwa pengusaha yang dapat mengidentifikasi teknologi digital dalam menjalankan bisnis digitalnya telah dianggap lebih berhasil dalam mengembangkan produk dan layanan baru, menjangkau khalayak yang besar, dan memiliki tingkat profitabilitas yang lebih tinggi daripada pengusaha tradisional, sehingga mampu menciptakan lebih banyak

¹²³ Jahangir Karimi and Zhiping Walter, "The Role of Entrepreneurial Agility in Digital Entrepreneurship and Creating Value in Response to Digital Disruption in the Newspaper Industry," *Sustainability (Switzerland)* 13, no. 5 (2021): h.1–26.

¹²⁴ Rammal, "Innovation and International Entrepreneurship: Will the Digital Platform Serve All?"

pekerjaan dan berkontribusi pada perekonomian.¹²⁵ Penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti yang dilaksanakan peneliti yaitu sama-sama meneliti teknologi dan bisnis digital, sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian. Jika penelitian *digital entrepreneurship* ini dilakukan di Turki, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti dilakukan pada 3 (tiga) SMK berbasis Pesantren di Indonesia.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Baranauskas, G., & Raišienė, A. G. pada tahun 2022. Dalam artikelnya menunjukkan bahwa kewirausahaan digital mendorong transisi model bisnis tradisional ke model bisnis platform digital yang berjejaring dan terintegrasi dan tingkat peningkatan kinerja digital.¹²⁶ Penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti yang dilaksanakan peneliti yaitu sama-sama meneliti model bisnis dan kewirausahaan digital, sedangkan perbedaannya bahwa penelitian ini dilakukan pada sekolah manajemen di Lithuania, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti pada 3 (tiga) SMK berbasis Pesantren di Indonesia.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Dong, J. Q. pada tahun 2019. Dalam artikelnya menunjukkan bahwa kewirausahaan digital adalah fenomena yang muncul di era digital.¹²⁷ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama meneliti kewirausahaan digital, sedangkan perbedaannya bahwa penelitian ini dilakukan pada starup digital di Belanda, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti dilakukan pada 3 (tiga) SMK berbasis Pesantren di Indonesia.
9. Penelitian yang dilakukan Niyawanont, N., & Wanarat, S. pada tahun 2021. Dalam artikelnya menunjukkan bahwa digital kewirausahaan sebagai kemampuan untuk menciptakan dan menjalankan bisnis, membentuk model

¹²⁵ Balli, "Digital Entrepreneurship and Digital Entrepreneurship Approach in Turkey: Ankara Case."

¹²⁶ Gedas Baranauskas and Agota Giedrė Raišienė, "Transition to Digital Entrepreneurship with a Quest of Sustainability: Development of a New Conceptual Framework," *Sustainability (Switzerland)* 14, no. 3 (2022).

¹²⁷ John Qi Dong, "Moving a Mountain with a Teaspoon: Toward a Theory of Digital Entrepreneurship in the Regulatory Environment," *Technological Forecasting and Social Change* 146, no. April (2019): 923–930, <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.07.050>.

untuk menjelaskan transformasi bisnis menggunakan kemajuan dalam digital teknologi.¹²⁸ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama meneliti kewirausahaan digital. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini adalah meneliti kewirausahaan digital di Thailand, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti dilakukan pada 3 (tiga) SMK berbasis Pesantren di Indonesia.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Hudėk, I., Širec, K., & Tominc, P. pada tahun 2019. Dalam artikelnya menunjukkan bahwa pentingnya keterampilan digital dan pemberian kesempatan belajar serta dukungan lingkungan bagi pekerja agar memperoleh yang baru keterampilan dan pengetahuan.¹²⁹ Penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti yang dilaksanakan peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang pentingnya belajar kewirausahaan digital. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada lokasi penelitian yang dilakukan pada sekolah bisnis manajemen di Slovenia, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti dilakukan pada 3 (tiga) SMK berbasis Pesantren di Indonesia.
11. Penelitian yang dilakukan George, G., Merrill, R. K., & Schillebeeckx, S. J. pada tahun 2021. Dalam artikel menunjukkan bahwa kewirausahaan digital dapat memacu kemajuan empiris dalam kewirausahaan, inovasi, dan strategi dengan potensi yang dampak positif.¹³⁰ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama meneliti kewirausahaan digital. Perbedaan dengan penelitian ini adalah meneliti sekolah bisnis di Belarus, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti dilakukan pada 3 (tiga) SMK berbasis Pesantren di Indonesia.

¹²⁸Niyawanont, N., & Wanarat, S. (2021). Structural Equation Modelling of DDigital Studentpreneur, Logistics Innovation, and Digital Transformation Influence on Logistics Performance of Logistics Entrepreneurs in Thailand. *ABAC Journal*, 41(4), h.147-174.

¹²⁹ Ivona Hudėk, Karin Širec, and Polona Tominc, "Digital Skills in Enterprises According to the European Digital Entrepreneurship Sub-Indices: Cross-Country Empirical Evidence," *Management (Croatia)* 24, no. 2 (2019): h.107–119.

¹³⁰ Gerard George, Ryan K. Merrill, and Simon J.D. Schillebeeckx, "Digital Sustainability and Entrepreneurship: How Digital Innovations Are Helping Tackle Climate Change and Sustainable Development," *Entrepreneurship: Theory and Practice* 45, no. 5 (2021): 999–1027.

12. Penelitian yang dilakukan Klimenko Inna Palamarchuk Oksana pada tahun 2021. Dalam artikel tersebut dijelaskan bahwa kewirausahaan digital dapat menggunakan alat-alat modern untuk memberikan layanan terbaik dalam bisnis digital.¹³¹ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama meneliti kewirausahaan digital. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti bahwa penelitian ini melakukan penelitian pada layanan bisnis digital di Ukraina, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti dilakukan pada 3 (tiga) SMK berbasis Pesantren di Indonesia.
13. Penelitian yang dilakukan Bican, P. M., & Brem, A. yang dilakukan pada tahun 2020. Dalam artikelnya menunjukkan perlunya kerangka kerja konseptual tentang bagaimana kesiapan digital, teknologi digital, dan model bisnis digital dapat secara berkelanjutan berhubungan dengan inovasi, yang dimoderatori oleh proses transformasi digital yang bertujuan untuk membekali praktisi dan peneliti dalam menangani dan menyikapi perubahan melalui digitalisasi secara berkelanjutan.¹³² Penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti yang dilaksanakan peneliti yaitu sama-sama meneliti model bisnis kewirausahaan digital. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti bahwa penelitian ini melakukan penelitian pada sekolah bisnis di Jerman, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti dilakukan pada 3 (tiga) SMK berbasis Pesantren di Indonesia.
14. Penelitian yang dilakukan Suprihatiningsih pada tahun 2013. Dalam artikelnya menunjukkan bahwa perkembangan dan kemajuan sains dan teknologi dapat digunakan untuk mengembangkan keterampilan melalui pembelajaran.¹³³ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama meneliti pembelajaran dan pengembangan keterampilan digital. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti bahwa

¹³¹ Klimenko Inna Palamarchuk Oksana, "Innovative Entrepreneurship and Digital Business: Development and Change in Management," no. Hs 2019 (2021): h.21–30.

¹³² Peter M. Bican and Alexander Brem, "Digital Business Model, Digital Transformation, Digital Entrepreneurship: Is There a Sustainable 'Digital'?", *Sustainability (Switzerland)* 12, no. 13 (2020): h.1–15.

¹³³ Suprihatiningsih, "Implementasi Kurikulum Pendidikan Keterampilan Vokasi Di Madrasah Aliyah (Studi Pada Madrasah Aliyah Di Provinsi DKI Jakarta)" (2013): h.183–211.

penelitian ini dilakukan di Madrasah Aliyah di Provinsi DKI Jakarta, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti dilakukan pada 3 (tiga) SMK berbasis Pesantren di Kebumen, Brebes dan Purworejo.

15. Penelitian yang dilakukan Joko pada tahun 2021. Dalam artikelnya menunjukkan bahwa pemberian program pendidikan keterampilan vokasional pada semua jenjang pendidikan dapat merangsang kemampuan menciptakan lapangan kerja sendiri.¹³⁴ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama meneliti pendidikan keterampilan wirausaha. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti bahwa penelitian ini dilakukan pada MAN 1 Kota Kediri, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti dilakukan pada 3 (tiga) SMK berbasis Pesantren di Kebumen, Brebes dan Purworejo.
16. Penelitian yang dilakukan Isra Mirna Noventri, Juli Perawitan Pakpahan, Juli Wardani Pane, dan Lia Hutabarat pada tahun 2022. Dalam artikelnya menunjukkan bahwa kewirausahaan adalah sesuatu yang harus ditanamkan oleh para pemuda dan masyarakat Indonesia.¹³⁵ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama meneliti kewirausahaan digital. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti bahwa penelitian ini dilakukan di Sumatera Utara, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti dilakukan pada 3 (tiga) SMK berbasis Pesantren di Kebumen, Brebes dan Purworejo.
17. Penelitian yang dilakukan Dyah Ayu Andini dan Saino pada tahun 2022. Dalam artikelnya menunjukkan bahwa E-Modul berbasis android dapat menumbuhkan minat wirausaha peserta didik SMK kelas XI BDP di SMK Negeri 10 Surabaya.¹³⁶ Penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti yang

¹³⁴ Joko, "Implementasi Keterampilan Vokasional Dalam Upaya Menumbuhkan Jiwa Intrepreneurship Siswa MAN 1 Kota Kediri," *REVORMA: Jurnal Pendidikan dan Pemikiran* 1, no. 1 (2021): h.44–59, <http://ejournalrevorma.sch.id/index.php/mansa/article/view/5%0Ahttps://ejournalrevorma.sch.id/index.php/mansa/article/download/5/2>.

¹³⁵ Noventri et al., "Peran Kewirausahaan Berbasis Digital Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran."

¹³⁶ Andini, "Pengembangan E-Modul Bisnis Online Berbasis Android Guna Menumbuhkan Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI BDP Di SMK Negeri 10 Surabaya."

dilaksanakan peneliti yaitu sama-sama meneliti minat wirausaha peserta didik SMK. Perbedaan dengan penelitian ini adalah meneliti peserta didik di SMK Negeri 10 Surabaya, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti dilakukan pada 3 (tiga) SMK berbasis Pesantren di Kebumen, Brebes dan Purworejo.

18. Penelitian yang dilakukan Yang Zhao pada tahun 2021. Dalam artikelnya menunjukkan bahwa peran pendampingan dalam kewirausahaan digital dengan mediasi efek psikologi organisasi dan berbagi pengetahuan serta memiliki berkontribusi untuk mengeksplorasi konsep kewirausahaan digital yang muncul dan pengaruhnya terhadap pendidikan normal.¹³⁷ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama meneliti kewirausahaan digital. Perbedaan dengan penelitian ini adalah meneliti pendidikan kewirausahaan di China, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti dilakukan pada 3 (tiga) SMK berbasis Pesantren di Indonesia.
19. Penelitian yang dilakukan Zarah Puspitaningtyas pada tahun 2018. Dalam artikelnya menunjukkan bahwa peran yang dapat diharapkan dari peserta didik yang telah belajar kewirausahaan di sekolah menengah kejuruan berupa sebagai penopang ekonomi yang muda dan terpelajar.¹³⁸ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama meneliti model inkubator *entrepreneurship*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti bahwa penelitian ini dilakukan pada Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Bondowoso, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti dilakukan pada 3 (tiga) SMK berbasis Pesantren di Kebumen, Brebes dan Purworejo.
20. Penelitian yang dilakukan Erdisna, Febriyanno Suryana, Erna Susanti, S Imelda, dan Chairunnisa pada tahun 2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media pembelajaran kewirausahaan digital efektif digunakan untuk generasi milenial.¹³⁹ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah

¹³⁷ Yang Zhao, "Examining Digital Entrepreneurship: The Goal of Optimization of Transformation Path Normal Education in China," *Frontiers in Psychology* 12, no. October (2021): h.1–12.

¹³⁸ Laila Auliya Noviyanti, Dwita Aryadina Rachmawati, and Ika Rahmawati Sutejo, "Digital Repository Universitas Jember Digital Repository Universitas Jember," *Efektifitas Penyuluhan Gizi pada Kelompok 1000 HPK dalam Meningkatkan Pengetahuan dan Sikap Kesadaran Gizi* 3, no. 3 (2017): h.69–70.

¹³⁹ Febriyanno Suryana et al., "Digital Entrepreneurship Based E-Learning Implementation With Cooperative Learning Method" 7, no. 2 (2022).

sama-sama meneliti model pembelajaran *digital entrepreneurship*. Perbedaan dengan penelitian ini adalah meneliti Perguruan Tinggi di Padang, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti dilakukan pada 3 (tiga) SMK berbasis Pesantren di Kebumen, Brebes dan Purworejo.

21. Penelitian yang dilakukan Mohamad Y. Alkhalaileh pada tahun 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bidang kewirausahaan digital masih dalam masa pertumbuhan dan membutuhkan lebih banyak pemahaman dan penelitian dari para sarjana sehingga penting dipandang penting dalam mengembangkan potensi mahasiswa sebagai wirausaha digital.¹⁴⁰ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama meneliti faktor yang mempengaruhi minat kewirausahaan digital. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti bahwa penelitian ini dilakukan pada sekolah bisnis di Hungary, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti dilakukan pada 3 (tiga) SMK berbasis Pesantren di Indonesia.

Dari berbagai penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian-penelitian tersebut terdapat kesamaan maupun perbedaan jika dibandingkan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Berikut ini beberapa persamaan penelitian yang telah ada sebelumnya dengan penelitian yang peneliti lakukan diantaranya: penelitian yang dilakukan Suprihatiningsih (2013) dan Joko (2021) yang menekankan pada pentingnya pengembangan keterampilan melalui pembelajaran sesuai dengan kemajuan dan perkembangan teknologi. Selain itu pentingnya pembelajaran keterampilan untuk menciptakan lapangan usaha sendiri sebagai bekal masa depannya. Sementara menurut Dyah Ayu Andini dan Saino, (2022) juga mengemukakan bahwa pembelajaran yang efektif dapat menumbuhkan minat wirausaha peserta didik. Sedangkan tujuan penelitian yang dilakukan peneliti agar lulusan sekolah menengah kejuruan dapat memiliki jiwa *entrepreneur* yang produktif. Penelitian yang akan peneliti lakukan juga selaras dengan hasil penelitian Zarah Puspitaningtyas (2018) yang mengemukakan pentingnya lulusan sekolah kejuruan memiliki jiwa dan menjadi *entrepreneur* muda dan terdidik.

Adapun penelitian yang dilakukan Erdisna, Febriyanto Suryana, Erna Susanti, S Imelda, dan Chairunnisa, (2022), juga mengemukakan bahwa media pembelajaran berbasis *digital entrepreneurship* memiliki potensi untuk

¹⁴⁰ Mohammad Y. Alkhalaileh, "Systematic Review: Digital Entrepreneurship Intention."

meningkatkan kreatifitas dan motivasi dalam berwirausaha melalui penciptaan aplikasi yang dibuat secara mandiri. Hal ini juga selaras dengan penelitian yang akan dilakukan penelitian terkait pembelajaran kewirausahaan digital yang digunakan untuk meningkatkan minat wirausaha dalam memulai bisnis digital seperti hasil penelitian yang dilakukan Mohamad Y. Alkhalaileh (2021) yang menganggap penting pengembangan potensi berwirausaha digital.

Adapun perbedaan-perbedaan yang diperoleh dari beberapa hasil penelitian terdahulu diantaranya seperti yang dilakukan seperti menurut Mohd Zaidi Abd Rozan (2022) yang mengemukakan bahwa *digital entrepreneurship* memiliki daya tarik untuk meningkatkan nilai bisnis seperti yang dikemukakan. Peneliti menganggap penelitian berbasis *digital entrepreneurship* masih belum banyak dilakukan, hal ini sama dengan pendapat yang dikemukakan Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiwaty, N., & Daud, I. (2021) yang menilai pengembangan *digital entrepreneurship* di Indonesia dinilai masih rendah sehingga perlu dikembangkan lagi untuk menjalankan bisnis digital. Peneliti juga berpendapat bahwa peran teknologi digital berkontribusi pada perekonomian dengan banyak tercipta lapangan pekerjaan dan layanan produk baru yang mampu menjangkau konsumen secara luas. Menurut penelitian Abdullah Balli (2020) dan Baranauskas, G., & Raišienė, A. G. (2022), yang mengidentifikasi teknologi digital dalam pengembangan produk dan layanan baru sehingga kewirausahaan digital mampu mendorong transisi model bisnis tradisional ke model bisnis platform digital.

Hasil penelitian Dong, J. Q. (2019), Niyawanont, N., & Wanarat, S. (2021) dan Huđek, I., Širec, K., & Tominc, P. (2019) sejalan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yang menganggap bahwa kewirausahaan digital merupakan fenomena yang muncul di era digital yang menggunakan kemajuan teknologi digital dalam menjalankan bisnis serta memberikan keterampilan dan kesempatan belajar bisnis. George, G., Merrill, R. K., & Schillebeeckx, S. J. (2021) mengemukakan bahwa kewirausahaan digital dapat memacu kemajuan empiris dalam kewirausahaan, inovasi, dan strategi dengan potensi yang dampak positif dan dapat menggunakan alat-alat modern untuk memberikan layanan terbaik seperti menurut hasil penelitian Klimenko Inna Palamarchuk Oksana (2021). Bican, P. M., & Brem, A. (2020), juga mengemukakan bahwa model bisnis digital dapat secara berkelanjutan berhubungan dengan inovasi, yang dimoderatori oleh proses

transformasi digital yang bertujuan untuk membekali praktisi dan peneliti dalam menangani dan menyikapi perubahan melalui digitalisasi secara berkelanjutan. Larisa V. Frolova & Iryna M. Boik (2021) dan Jahangir Karimi dan Zhiping Walter (2021), mengemukakan bahwa pengembangan teknologi informasi dan digitalisasi memiliki potensi besar dalam penciptaan pasar digital dan berdampak pada pembangunan kapabilitas platform digital untuk inovasi produk dan model bisnis.

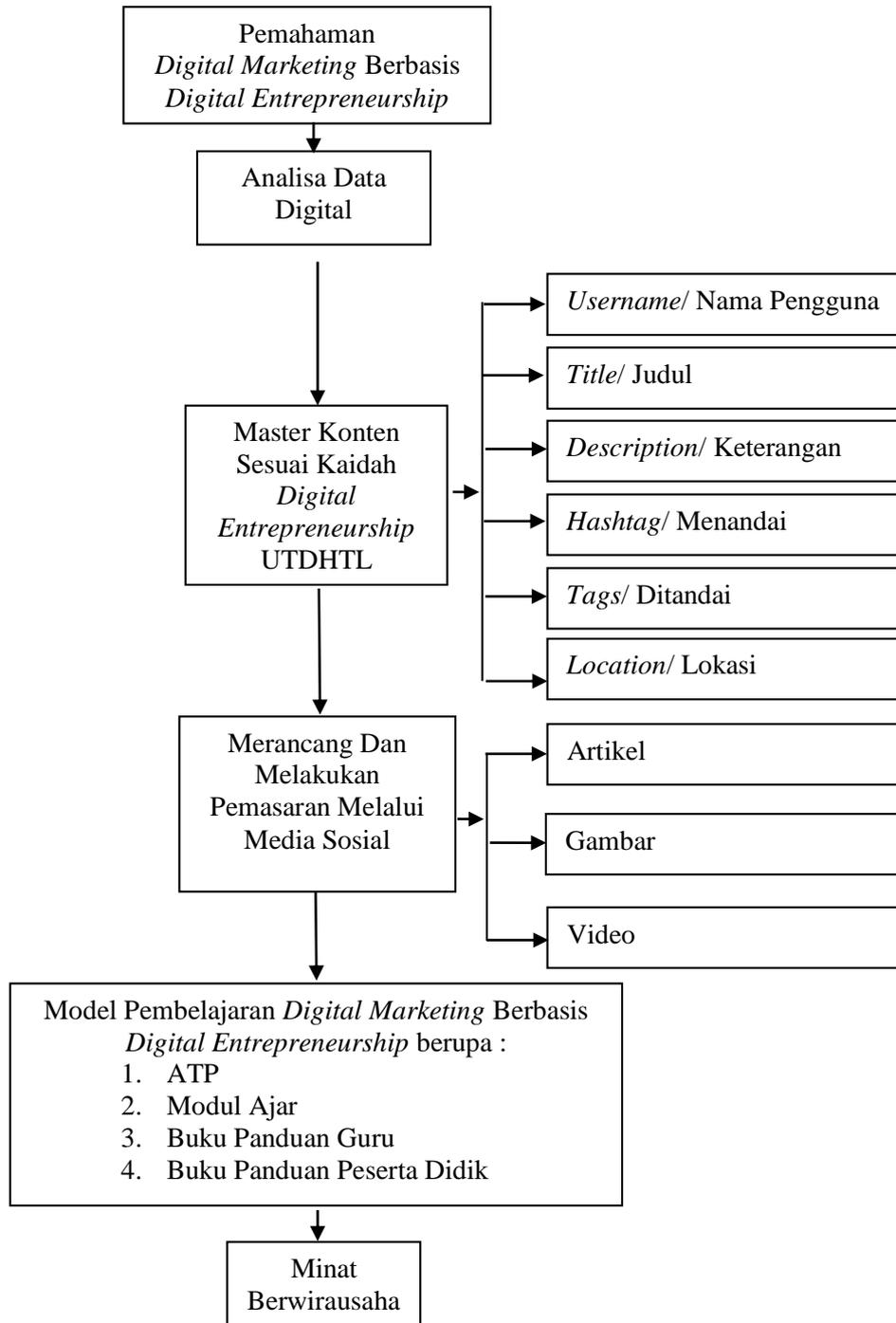
Rammal, H. G. (2019), Isra Mirna Noventri, Juli Perawitan Pakpahan, Juli Wardani Pane, dan Lia Hutabarat (2022) dan Yang Zhao, (2021) mengemukakan bahwa wirausaha harus memiliki ide dan mudah beradaptasi sesuai teknologi canggih dan kebutuhan konsumen. Dengan demikian, konsep kewirausahaan digital diharapkan berkontribusi pada minat berwirausaha seperti yang dilakukan peneliti yang melakukan pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK berbasis pesantren.

D. Kerangka Berpikir

Pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* ini bertujuan untuk mendeskripsikan pembelajaran digital marketing yang telah dilaksanakan di SMK berbasis pesantren, menciptakan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK berbasis pesantren dan mengetahui efektifitas model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK berbasis pesantren yang didasarkan pada praktek dunia industri *digital marketing*. Dengan demikian, model pembelajaran ini dibutuhkan para guru sebagai panduan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.

Pembelajaran *digital marketing* menekankan pada penyajian pembelajaran yang didasarkan pada pembelajaran praktek yang dilakukan menggunakan kaidah-kaidah *digital entrepreneurship* berupa UTDHTL (*Username, Title, Description, Hashtag, Tags and Location*) sehingga tujuan pembelajaran *digital marketing* dapat dilakukan dengan optimal di SMK berbasis Pesantren. Model pembelajaran yang dikembangkan dalam pembelajaran ini dengan menggunakan pendekatan Dick Carey dan Carey sebagai prosedur pengembangan.

Adapun kerangka berpikir pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK berbasis pesantren dapat dilihat pada gambar 2.2 berikut ini.



Gambar 2.2 : Kerangka Berpikir Pengembangan Model Pembelajaran *Digital Marketing* Berbasis *Digital Entrepreneurship* Bagi Peserta Didik SMK Berbasis Pesantren

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* yang dilakukan peneliti diadaptasi dari model pengembangan dari dari Gall, Gall & Borg yang mengadaptasi dari model Dick, Carey & Carey (2003: 571). Model ini menggunakan pendekatan *Research and Development (R&D)* untuk mengembangkan desain pengembangan pembelajaran terdiri dari analisis desain pengembangan, implementasi dan evaluasi. Adapun komponen dan sekaligus merupakan langkah-langkah utama dari model desain pengembangan pembelajaran Gall, Gall & Borg hasil adaptasi dari Dick, Carey & Carey (2003: 571) berikut ini.¹⁴¹

a. Mengidentifikasi Tujuan Pembelajaran Umum

Pada tahap ini dilakukan penerapan model pembelajaran dengan cara mengidentifikasi tujuan pembelajaran umum. Adapun cara mengidentifikasi tujuan pembelajaran umum ini dilakukan dengan menentukan program pembelajaran yang akan ditempuh dan potensi atau kemampuan peserta didik seperti apa yang diperlukan sebagai pertimbangan untuk mengikuti *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*. Secara umum peserta didik diharapkan mampu mengidentifikasi tujuan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.

b. Melakukan Analisis Pembelajaran

Pada langkah analisis pembelajaran ini, pendidik melakukan analisis prosedur dalam penentuan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan peserta didik dan relevan dalam pencapaian kompetensi setelah mengikuti pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.

¹⁴¹ Sunhaji, "Pembelajaran Tematik Integratif Pendidikan Agama Islam Dengan Sains Di SMAN Se-Kota Purwokerto," 2013.

c. Menganalisis Peserta Didik Dan Konteks

Setelah pendidik melakukan analisis pembelajaran kemudian melakukan analisis terhadap peserta didik dan konteks. Analisis peserta didik dapat berupa kemampuan aktual apa yang sudah dimiliki peserta didik untuk bekal belajar seperti meliputi aspek-aspek kemampuan awal, pengetahuan awal, sikap dan gaya belajar serta motivasi peserta didik dalam pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*. Sedangkan analisis konteks pembelajaran berkaitan dengan situasi dan kondisi yang berkaitan dengan pengetahuan dan keterampilan yang dipelajari beserta kondisi yang dihadapi peserta didik dalam proses pembelajaran.

d. Merumuskan Tujuan Pembelajaran

Setelah peserta didik dan konteks pembelajaran dilakukan analisis selanjutnya pendidik merumuskan tujuan pembelajaran khusus sebagai gambaran yang lebih spesifik tentang tujuan dari dilakukannya pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*. Dalam pengembangannya tujuan pembelajaran khusus atau indikator ini adalah perubahan minat berwirausaha peserta didik setelah mengikuti pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.

e. Mengembangkan Instrumen Asesmen

Pengembangan instrumen asesmen ini bertujuan untuk mengetahui tingkat ketercapaian pembelajaran yang dilakukan sekaligus sebagai umpan balik (feedback) pembelajaran yang dilakukan. Melalui pengembangan instrumen asesmen ini dapat diketahui keterampilan dan minat berwirausaha dari peserta didik setelah mengikuti pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.

f. Mengembangkan Strategi Pembelajaran

Setelah instrumen asesmen selesai disusun, selanjutnya pendidik mengembangkan strategi apa yang paling cocok dalam pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*. Pemilihan strategi pembelajaran yang tepat dapat menjadi media dalam mencapai tujuan pembelajaran yang telah dirumuskan sebelumnya. Adapun strategi pembelajaran yang dipilih dalam pengembangan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* adalah strategi aktif dengan maksud agar pembelajaran *digital*

marketing berbasis *digital entrepreneurship* dapat lebih kondusif sehingga mampu meningkatkan minat berwirausaha.

g. Mengembangkan dan Memilih Materi Pembelajaran

Pada langkah ini dilakukan pengembangan dan pemilihan materi pembelajaran yang akan disampaikan. Pengembangan dan pemilihan materi pembelajaran perlu disesuaikan tujuan pembelajaran yang akan dicapai. Selain itu, untuk mengembangkan materi pembelajaran yang tepat perlu dipilih model pembelajaran yang tepat juga. Adapun materi pembelajaran yang digunakan adalah materi pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* yang tersusun dalam kurikulum merdeka yang saat ini berlaku.

h. Merancang dan Mengembangkan Asesmen Formatif

Pada langkah ini perancangan asesmen dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan model pembelajaran yang dilaksanakan. Selain itu melalui perancangan dan pengembangan asesmen formatif dapat diketahui tingkat keberhasilan setiap tahapan dalam proses pembelajaran. Adapun perancangan dan pengembangan asesmen formatif dilakukan melalui uji coba model di kelas 11 Program Keahlian Pemasaran SMK pada elemen *digital marketing*.

i. Melakukan Revisi Pembelajaran

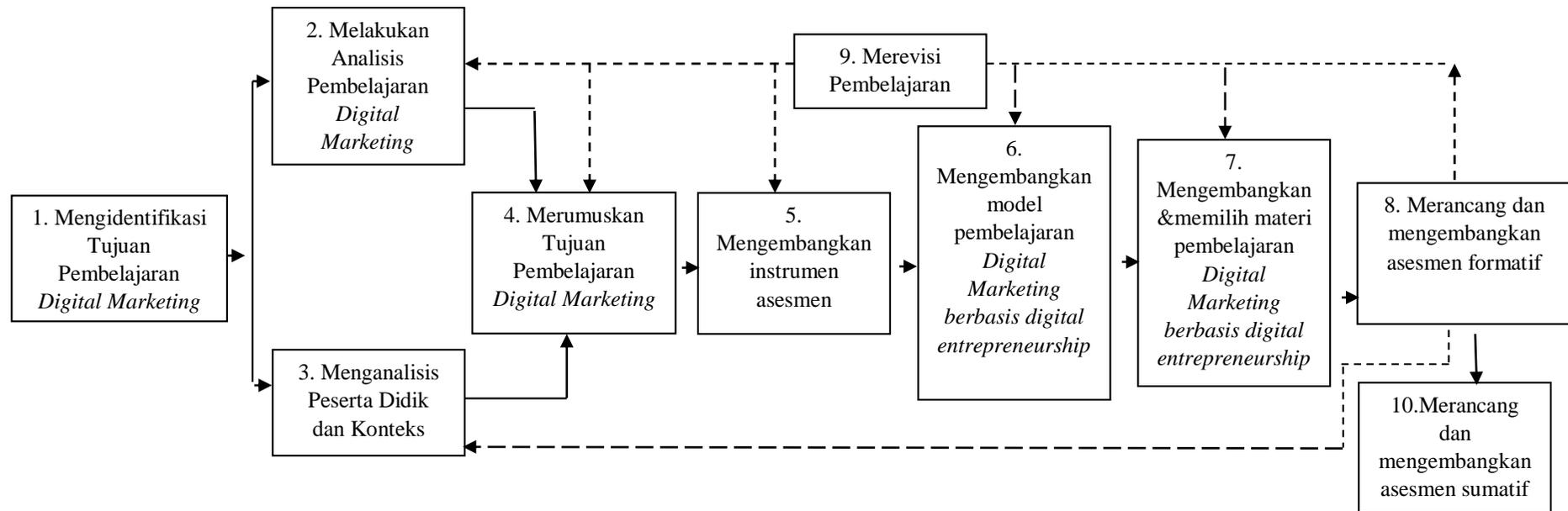
Setelah model pembelajaran dilakukan dan dilakukan asesmen formatif, selanjutnya dilakukan revisi pada model pembelajaran sesuai masukan dari pengguna baik guru maupun peserta didik pada kelas 11 program keahlian pemasaran SMK.

j. Merancang dan mengembangkan asesmen sumatif

Asesmen sumatif dapat disebut sebagai asesmen akhir atau puncak dari program pembelajaran yang telah dirancang. Langkah selanjutnya berupa melakukan remisi secara keseluruhan terhadap produk model pembelajaran agar sesuai dengan masukan pengguna.

Kesepuluh langkah pengembangan program pembelajaran sebagaimana dikembangkan Dick, Carey & Carey dalam Gall, Gall & Borg (2003: 571) dikembangkan dengan ditambah aspek *digital entrepreneurship* pada pembelajaran *digital marketing* bagi peserta didik selama mengikuti pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.

Adapun rancangan langkah-langkah model pengembangan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneur* tergambar dalam skema berikut ini.



Gambar 3.1 Rancangan Langkah-langkah Model Pengembangan Pembelajaran *Digital Marketing* Berbasis *Digital Entrepreneurship* mengadopsi dari Model Desain Dick, Carey & Carey (Sumber: Gall, Gall & Borg, 2003: 571)

Adapun indikator pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK Berbasis pesantren berikut ini.

a. Kontak pembelajar pengajar

Peserta didik menginginkan adanya koneksi dan komunikasi dengan pendidik. Semakin baik koneksi dan komunikasi dalam pembelajaran *digital marketing*, maka minat berwirausaha semakin meningkat.

b. Kolaborasi antar pembelajar

Suasana pembelajaran *digital marketing* perlu diciptakan agar antar pembelajar dapat saling kenal, saling kerjasama, saling membantu dan dapat melakukan interaksi sehingga suasana kolaboratif dalam belajar dapat kondusif. Semakin kolaboratif antar pembelajaran *digital marketing* dilakukan, maka semakin tinggi pula tingkat kerjasama dan interaksi yang terjadi antar peserta didik sehingga pada akhirnya akan meningkatkan minat berwirausaha peserta didik.

c. Suasana belajar aktif

Pembelajaran *digital marketing* yang aktif dapat dikondisikan melalui sistem dan desain pembelajaran yang aktif. Semakin aktif suasana pembelajaran yang tercipta, maka semakin meningkat juga minat berwirausaha peserta didik.

d. Umpan balik yang cepat.

Pemberian umpan balik diperlukan peserta didik untuk mengetahui ketercapaian tujuan pembelajaran yang dilakukan. Semakin cepat umpan balik dilakukan pada pembelajaran *digital marketing*, maka semakin meningkat pula minat berwirausaha peserta didik.

e. Tujuan pembelajaran yang dapat dicapai

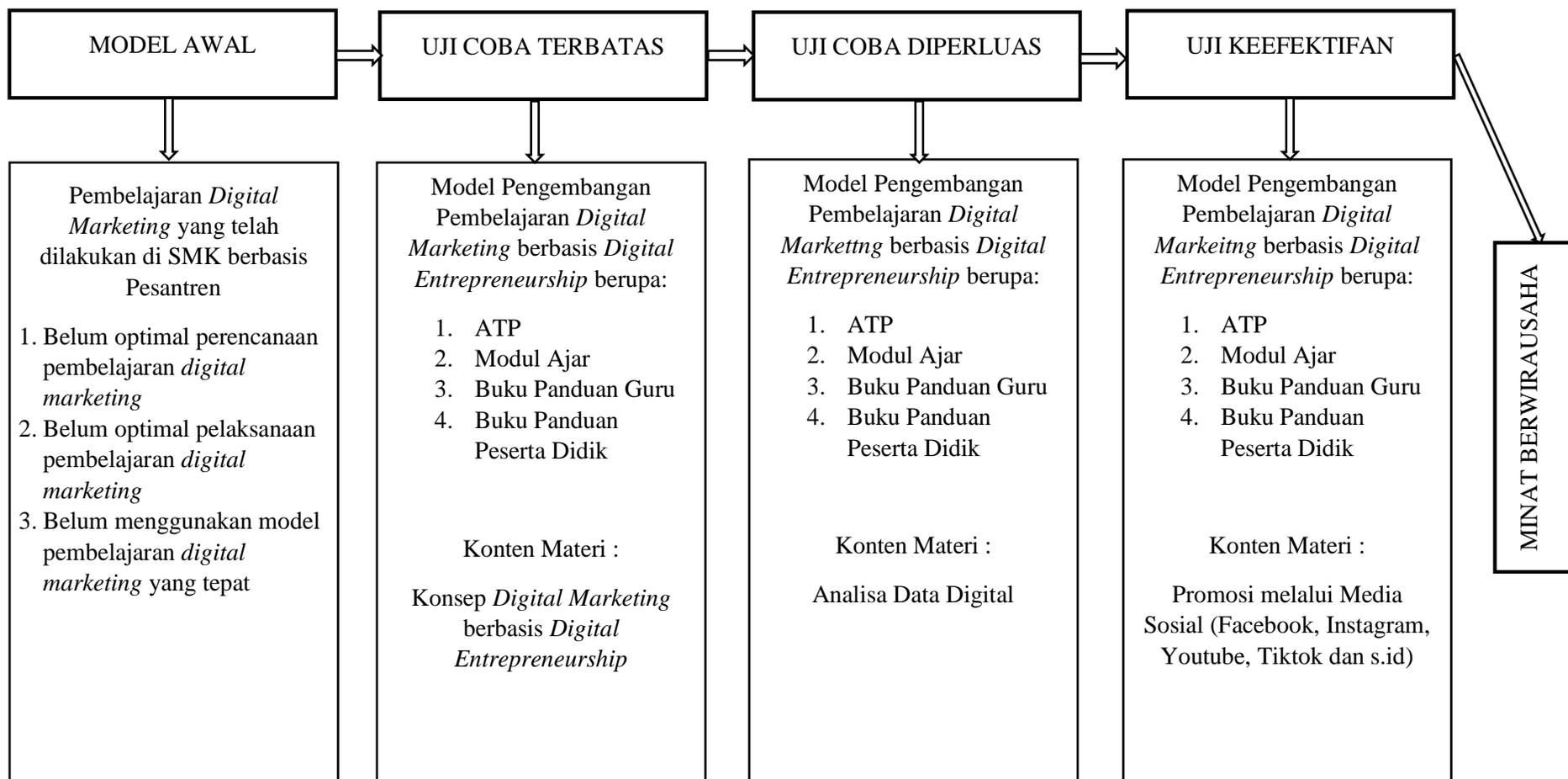
Tujuan pembelajaran perlu dirumuskan secara jelas dan tepat. Hal ini berpengaruh terhadap tingkat minat dan motivasi belajar peserta didik.

Demikian juga pada pembelajaran *digital marketing*, semakin jelas tujuan pembelajaran, maka semakin tinggi pula minat berwirausaha peserta didik.

f. Penghargaan atas perbedaan

Salah satu aspek penting dalam proses pembelajaran yang mampu meningkatkan minat berwirausaha peserta didik untuk belajar berupa penghargaan dan perbedaan. Demikian juga pada pembelajaran *digital marketing*, adanya penghargaan pada pembelajaran *digital marketing* akan meningkatkan minat berwirausaha peserta didik. Selain itu proses pembelajaran yang tidak membeda-bedakan peserta didik juga berpengaruh terhadap minat berwirausaha peserta didik.

Adapun indikator pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK berbasis pesantren dalam penelitian ini meliputi : 1) kontak pembelajar pengajar; 2) kolaborasi antar pembelajar; 3) suasana belajar aktif; 4) umpan balik yang cepat; 5) tujuan pembelajaran yang dapat dicapai dan 6) penghargaan atas perbedaan. Selanjutnya secara hipotetik penciptaan model awal pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*, uji coba terbatas, uji coba luas sampai produk dilakukan uji keefektifan model dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 3.2 Model Hipotetik Pengembangan Model Pembelajaran *Digital Marketing* Berbasis *Digital Entrepreneurship*

2. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah Semua SMK Swasta berbasis Pesantren yang memiliki Program Keahlian Pemasaran pada SMK berbasis Pesantren di Kabupaten Kebumen, Kabupaten Brebes dan Kabupaten Purworejo yang berjumlah 10 (Sepuluh) SMK. Penentuan jumlah sampel dihitung dengan rumus Slovin dengan rumus berikut ini.¹⁴²

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{10}{1 + (10 \times (0,05)^2)}$$

$$n = 2,8571 \text{ dibulatkan menjadi } 3$$

Keterangan:

n = Besaran sampel

N = Besaran populasi

e = Batas toleransi kesalahan

Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan *custom random sampling* karena yang populasi yang dijadikan sampel hanya diambil kelas 11 (sebelas) pada program keahlian pemasaran SMK Berbasis Pesantren di Kabupaten Kebumen, Brebes dan Purworejo.

3. Metode Pengumpulan Data

Peneliti melakukan pengumpulan data pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK berbasis pesantren dengan metode berikut ini.

a. Observasi

Pengumpulan data yang peneliti lakukan menggunakan metode observasi partisipan dimana peneliti ikut terlibat secara langsung proses pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* yang

¹⁴² Andi Jam'an Enny Radjab, "Metodologi Penelitian Bisnis . Universitas Muhamamdiyah Makasar: Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan (LPP)" (2017): 103.

dilakukan di kelas pengembangan. Selain itu untuk memperoleh data mengenai proses pembelajaran. Observasi ini juga difungsikan untuk menilai ketercapaian dalam pembelajaran dalam menggunakan model pengembangan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses bertanya dan menjawab satu orang atau lebih untuk memperoleh informasi langsung tentang data yang ada. Pedoman yang digunakan dalam wawancara ini bersifat semi terstruktur dimana peneliti menyiapkan berbagai pertanyaan terstruktur dan kemudian menelusuri setiap pertanyaan satu per satu untuk mengungkap lebih banyak informasi. Tanggapan yang diperoleh mencakup semua aspek dengan informasi yang komprehensif dan mendalam tentang model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* di SMK Berbasis Pesantren.

c. Angket

Metode pengumpulan data penelitian juga menggunakan angket untuk menggali data yang berhubungan dengan peserta didik mengenai minat mereka untuk berwirausaha, kemampuan awal dalam berwirausaha, proses pembelajaran *digital marketing* yang diinginkan oleh peserta didik dan respon mereka setelah melaksanakan pembelajaran *digital marketing* dengan menggunakan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*. Adapun yang berhubungan dengan guru atau pendidik. Teknik ini berfungsi untuk mengetahui saran dan masukan dari guru atau pendidik terhadap hasil dari model yang dikembangkan serta penilaian terhadap proses pembelajaran *digital marketing* yang dilaksanakan. Selain itu teknik ini juga bisa membantu mempermudah pakar untuk memberikan penilaian terhadap model yang sedang dikembangkan.

d. Tes

Tes digunakan oleh peneliti untuk mengenai keefektifan model yang sedang dikembangkan. Tes diberikan sebanyak 2 kali di awal pembelajaran (*pre test*) dan pada akhir pembelajaran (*post test*) pada 2 (dua) kelas yang berbeda yaitu kelas kontrol dan kelas eksperimen.

e. Dokumentasi

Dokumentasi dapat berupa catatan, foto atau video yang berkaitan dengan pelaksanaan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.

4. Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini berasal dari subjek dalam uji coba model awal, uji coba terbatas, uji coba diperluas dan uji keefektifan model yang dikembangkan menjadi dari 4 (empat) subyek antara lain:

a. Uji Coba Model Awal

Subyek uji coba produk awal melibatkan 2 (dua) ahli atau ekspert yang melakukan validasi perangkat pembelajaran, materi pembelajaran dan skala sikap.

b. Uji Coba Terbatas

Subjek uji coba terbatas adalah peserta didik kelas 11 Program Keahlian Pemasaran SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen sebanyak 1 kelas dengan jumlah 20 responden.

c. Uji Coba Luas

Subjek uji coba diperluas adalah peserta didik Kelas 11 Program Keahlian Pemasaran SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes sebanyak 1 kelas dengan jumlah 14 responden.

d. Uji Keefektifan Model

Subjek uji keefektifan model adalah peserta didik kelas 11 Program Keahlian Pemasaran SMK Ma'ari NU 1 Bener, Purworejo sebanyak 2 kelas yang masing-masing 20 responden untuk kelas eksperimen dan 24 responden sebagai kelas kontrol.

5. Obyek Penelitian

Obyek penelitian pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* adalah peserta didik kelas 11 (sebelas) dan dan Guru *Digital marketing* Program Keahlian Pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan berbasis Pesantren di Kebumen, Brebes dan Purworejo yaitu SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen, SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes dan SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang peneliti gunakan untuk menganalisis data pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* ini menggunakan kuesioner, dianalisis dengan statistik deskriptif, teknik persentase dan kategorisasi. Selanjutnya data mengenai respon aktifitas peserta didik dan kegiatan guru dalam melaksanakan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dan dianalisis dengan analisis deskriptif secara naratif.

B. Prosedur Pengembangan

Model pengembangan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* ini diadopsi dari model pengembangan dari Borg & Gall dalam Sunhaji.¹⁴³ yang memiliki 10 (sepuluh) langkah pengembangan berikut ini.

1. Potensi dan masalah

Pengembangan model ini dimulai dengan melakukan penggalian potensi yang ada di lapangan dan menggali berbagai permasalahan-permasalahan yang ditemukan pada pelaksanaan pembelajaran digital marketing di SMK berbasis Pesantren.

2. Pengumpulan Data

Dari penggalian potensi dan permasalahan yang telah ditemukan selanjutnya dilakukan pengumpulan data untuk membuat desain awal model pengembangan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.

¹⁴³ Sunhaji, "Pembelajaran Tematik Integratif Pendidikan Agama Islam Dengan Sains Di SMAN Se-Kota Purwokerto."(2013).

3. Desain Model

Berdasarkan data yang telah terkumpul selanjutnya dibuat desain model awal sebagai sebuah rancangan draft model awal.

4. Validasi Desain

Setelah model awal jadi selanjutnya dilakukan validasi desain oleh ahli atau ekspert.

5. Revisi Desain

Setelah model awal dilakukan validasi ahli, kemudian dilakukan revisi desain sesuai masukan ahli atau ekspert.

6. Uji Coba Model

Setelah produk direvisi kemudian dilakukan uji coba terbatas.

7. Revisi Produk I

Setelah produk diujicobakan pada subyek uji coba terbatas, selanjutnya dilakukan revisi produk sesuai hasil revisi pengguna baik oleh guru maupun peserta didik.

8. Uji Coba Pemakaian

Setelah produk dilakukan revisi kemudian dilanjutkan uji coba ke subyek diperluas.

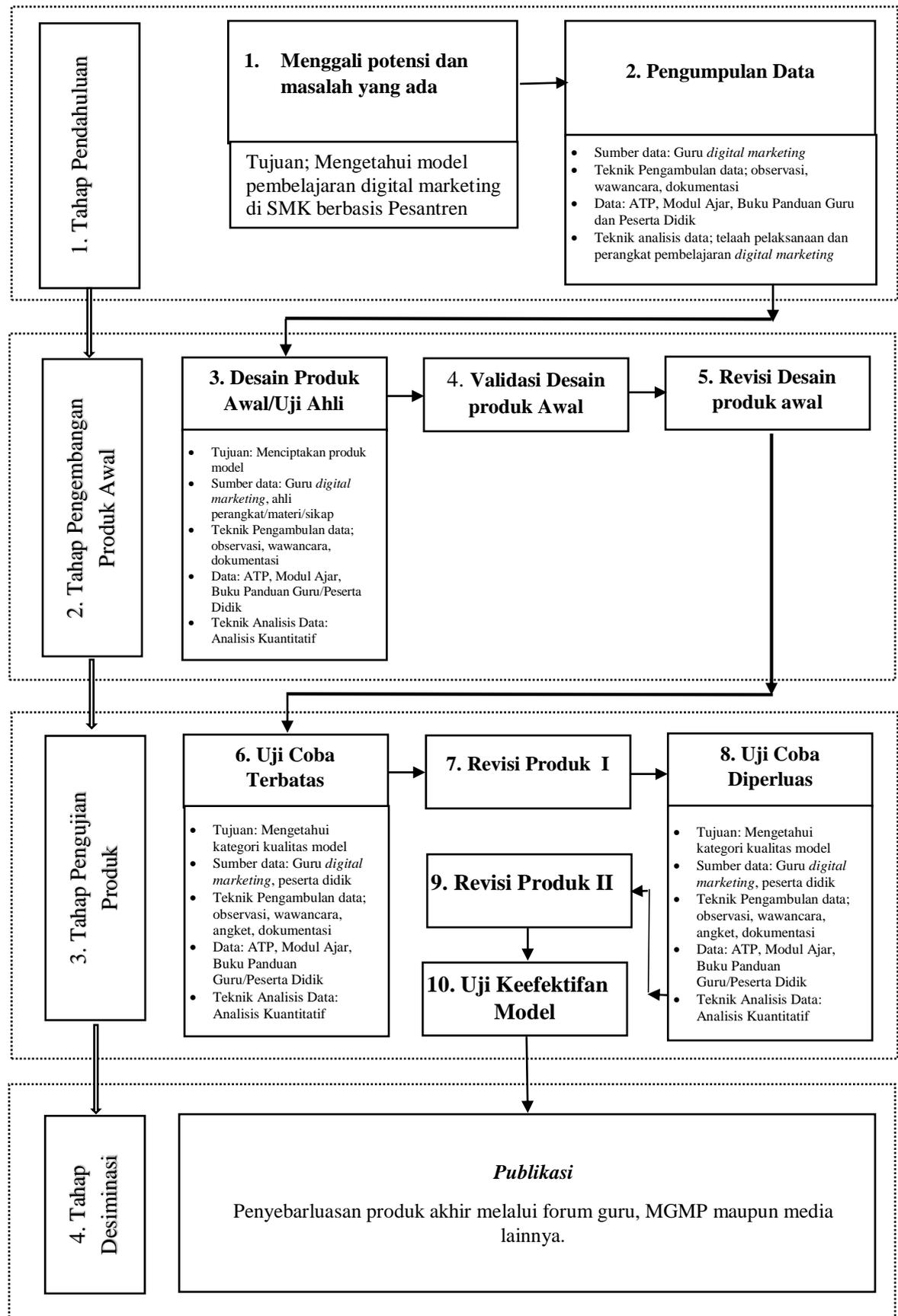
9. Revisi Produk II

Setelah dilakukan revisi produk pada uji coba diperluas kemudian dilakukan revisi lagi untuk dilakukan uji coba keefektifan model.

10. Produksi Masal

Setelah produk direvisi dari hasil uji keefektifan model selanjutnya dapat dilakukan diseminasi dan implementasi produksi masal hasil pengembangan penelitian.

Dari langkah-langkah metode *Research and Development* tersebut diatas, Gall, Gall & Borg (2003: 570-571) membagi menjadi empat tahapan yakni: 1) tahap pendahuluan; 2) tahap pengembangan model; 3) tahap pengujian model; dan 4) tahap desiminasi yang digambarkan pada desain pengembangan Pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* berikut ini.



Gambar 3.3. Desain Pengembangan Model Pembelajaran *Digital Marketing* berbasis *Digital Entrepreneurship*

Dari gambar 3.1 tersebut dapat diuraikan langkah-langkah penelitian sebagai berikut:

1. Uji Pendahuluan

Tahap pendahuluan ini peneliti melakukan analisis kebutuhan dengan studi literatur yang berkaitan dengan teori *digital marketing* dan *digital entrepreneurship* secara umum terutama yang berkaitan dengan pokok-pokok bahasan *digital marketing*. Studi lapangan dilakukan dengan cara melakukan survei dilakukan di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan, SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes dan SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo tentang pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* yang dilaksanakan, termasuk sarana dan prasarana, media dan strategi yang digunakan para guru *digital marketing*. Teknik pengumpulan data dalam studi pendahuluan ini yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun aktifitas dalam analisis tersebut yaitu:

- a. *Data collection* merupakan komponen kumpulan data-data yang diambil dengan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi terhadap pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen, SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes dan SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo yang menjadi subyek dan obyek penelitian.
- b. *Data Reduction* merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, penyederhanaan, pengabstraksian dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Data tersebut kemudian direduksi menjadi bentuk kalimat-kalimat naratif tentang pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* di SMK berbasis pesantren.
- c. *Data Display* merupakan langkah mengkomparasikan antara data yang ada dengan teori-teori yang digunakan. Selanjutnya setelah dilakukan reduksi data dan penyajian data kemudian dilakukan uji keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi, yakni mencocokkan data yang didapat dari satu sumber dengan data yang didapat dari sumber lain. Teknik ini dilakukan untuk menghindari terjadinya perkataan yang bersifat subjektif.

- d. *Conclution/verification* merupakan langkah penarikan kesimpulan/*conclusion* data. Pada langkah ini adalah penarikan kesimpulan dari point-point hasil penelitian yang telah dilakukan.

2. Pengembangan Model

a. Desain Model

Pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* ini diadopsi dari model Dick and Carry (2009) dengan 10 langkah mulai dari mengidentifikasi tujuan umum pembelajaran sampai menghasilkan produk berupa ATP, Modul Ajar dan Buku Panduan Guru dan Buku Panduan Peserta Didik. Adapun Desain pengembangan ATP, Modul ajar dan Buku Panduan Guru dan Buku Panduan Peserta Didik pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* terlebih dahulu dirumuskan ke dalam tiga konten materi yang diajarkan pada semester 1 pada kelas 11 (sebelas) program keahlian pemasaran yang meliputi konten materi: 1) konsep pemasaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*; 2) analisa data digital, dan 3) promosi melalui media sosial.

Adapun penjelasan pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* berikut ini.

1) Alur dan Tujuan Pembelajaran (ATP)

ATP yang dikembangkan pada desain produk pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* terdiri dari: 1) elemen, 2) capaian pembelajaran, 3) tujuan pembelajaran, 4) konten materi, 5) profil pelajar pancasila dan 6) alokasi waktu.

ATP yang dikembangkan pada pengembangan model pembelajaran ini memuat pengembangan sikap, keterampilan dan pengetahuan peserta didik sesuai semangat kurikulum merdeka.

2) Modul Ajar

Modul ajar yang dikembangkan pada model pengembangan ini terdiri dari: 1) Informasi umum (identitas satuan pendidikan, kompetensi awal, profil pelajar pancasila, sarana dan prasarana, target peserta didik,

model pembelajaran dan metode pembelajaran); 2) tujuan pembelajaran; 3) pemahaman bermakna; 4) pertanyaan pemantik; 5) persiapan pembelajaran; 6) kegiatan pembelajaran; 7) asesmen (sikap, keterampilan dan pengetahuan); 8) pengayaan dan remedial.

3) Buku Panduan Pembelajaran Guru dan Peserta Didik

Buku panduan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* terdiri dari: 1) halaman cover; 2) latar belakang penulisan; 3) maksud dan tujuan; 4) petunjuk buku panduan (guru dan peserta didik); 5) kata pengantar; 6) daftar isi; 7) materi pembelajaran (tujuan pembelajaran, materi pembelajaran, asesmen, rangkuman, refleksi, dan profil pelajar pancasila); 8) asesmen sumatif dan 9) daftar pustaka dan biodata penulis.

b. Validasi Desain produk oleh Pakar

Validasi desain produk dilakukan setelah ATP, Modul ajar dan buku panduan guru dan buku panduan peserta didik selesai dibuat. Telaah ahli meliputi perangkat pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*, materi pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dan skala sikap minat berwirausaha. Adapun ahli perangkat pembelajaran dalam penelitian ini adalah Prof. Dr. Kholid Mawardi, M. Hum. Beliau adalah ahli pembelajaran dan dosen pascasarjana UIN SAIZU Purwokerto. Sedangkan ahli materi pembelajaran dan skala sikap adalah Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M. Pd. Beliau adalah pakar materi pembelajaran dan dosen pascasarjana UIN SAIZU Purwokerto.

Adapun kisi-kisi instrumen ahli perangkat pembelajaran, ahli materi pembelajaran dan skala sikap dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Ahli Materi Pembelajaran

Aspek	Indikator	Butir
Materi <i>digital marketing</i> dalam ATP dan Modul Ajar	Kebenaran materi	1
	Keterkaitan materi <i>digital marketing</i> dengan <i>digital entrepreneurship</i>	1
	Kemenarikan materi	1
	Kecocokan materi bagi peserta didik	1
	Materinya <i>up to date</i> dan relevan	1
	Materinya efektif untuk meningkatkan minat berwirausaha	1

Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Ahli Perangkat Pembelajaran (ATP)

Aspek	Indikator	Butir
1.	Kesesuaian capaian pembelajaran dengan tujuan pembelajaran	1
2.	Capaian pembelajaran dan tujuan pembelajaran sudah menunjukkan model pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>	1
3.	Kesesuaian antara tujuan pembelajaran dengan konten materi	1
4.	Konsistensi antara elemen pembelajaran dengan tujuan pembelajaran	1
5.	Aspek keterpaduan antara elemen <i>digital marketing</i> dengan <i>digital entrepreneurship</i> terwadahi di skenario pembelajaran	1
6.	Skenario pembelajaran sesuai konten materi yang ditawarkan	1
7.	Bentuk instrumen asesmen sesuai dengan tujuan pembelajaran	1
8.	Instrumen penilaiannya dapat mengukur pencapaian tujuan pembelajaran	1
9.	Alokasi waktu yang disesiakan dalam ATP sesuai dengan keluasan konten materi	1
10.	Sumber belajar/ referensi memenuhi syarat sebagai rujukan dalam pembelajaran	1

Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Ahli Perangkat Pembelajaran (Modul Ajar)

Aspek	Indikator	Butir
1.	Kesesuaian ATP dengan modul ajar	1
2.	Konsistensi antara capaian pembelajaran dengan tujuan pembelajaran	1
3.	Kesesuaian antara tujuan pembelajaran dengan konten materi	1
4.	Konsistensi antara capaian pembelajaran, tujuan pembelajaran dan konten materi	1
5.	Indikator sudah operasional dan spesifik	1
6.	Indikator menunjang ketercapaian kompetensi dasar	1
7.	Metode mendukung ketercapaian indikator	1
8.	Kegiatan pembelajaran sesuai tema	1
9.	Instrumen penilaian sesuai tujuan pembelajaran yang ingin dicapai	1
10.	Instrumen penilaian dapat mengukur ketercapaian tujuan pembelajaran	1
11.	Ketersediaan waktu sesuai keluasan konten materi	1
12.	Sumber belajar/referensi memenuhi syarat sebagai rujukan dalam pembelajaran	1

Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Angket Skala Sikap

Aspek	Indikator	Butir
1.	Butir-butir pernyataan telah mencakup unsur-unsur variabel yang ditanyakan	1
2.	Butir-butir pertanyaan telah mencakup unsur-unsur sub variabel yang ditanyakan	1
3.	Seluruh indikator tercakup dalam pernyataan tiap butir pada data valensi	1
4.	Seluruh indikator tercakup dalam pernyataan tiap butir pada data faktual	1

c. Revisi Desain

Setelah dilakukan validasi desain dari ahli perangkat pembelajaran, materi pembelajaran dan skala sikap, selanjutnya dilakukan revisi sesuai masukan dan arahan dari ahli. Adapun revisi yang perlu dilakukan pada perangkat pembelajaran pada modul ajar perlu ditambahkan program pengayaan dan remedial secara lebih rinci sehingga program ini tidak hanya sebagai pelengkap saja, tetapi dapat dibuat lebih fungsional. Sedangkan revisi yang perlu dilakukan pada materi pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* diantaranya pada buku panduan, konten materi yang berupa gambar sebaiknya dipastikan petunjuk anak panah sebagai perintah kerja letaknya lebih tepat sesuai perintah yang dimaksud, tata tulis daftar pustaka pada buku panduan perlu disesuaikan panduan penulisan daftar pustaka, cover buku panduan dibuat lebih menarik baik warna maupun tulisan dan konten materi perlu dilengkapi dengan contoh konten secara langsung dan nyata. Pada skala sikap minat berwirausaha butir-butir pertanyaan sudah sesuai judul disertai, lengkap, terperinci dan bagus.

3. Pengujian Produk

Tahap ini bertujuan untuk mengetahui kualitas model pengembangan yakni ATP, modul ajar dan buku panduan guru serta buku panduan peserta didik, pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* baik kualitas dari sisi aspek perangkat pembelajaran, materi pembelajaran

maupun skala sikap yang digunakan. Berdasarkan data pada uji coba produk selanjutnya dapat digunakan untuk memperbaiki dan menyempurnakan kualitas produk yang dikembangkan secara teoritis maupun empiris baik ATP, modul ajar dan buku panduan guru dan peserta didik

a. Desain Uji Coba

Setelah draft model awal divalidasi ahli dan direvisi, maka selanjutnya diujicobakan di lapangan, desain uji coba pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* ini dilakukan dua tahap yaitu uji coba terbatas dan uji coba diperluas. Uji coba terbatas dilakukan di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan, Kebumen yang dilaksanakan pada tanggal 29 Juli 2023 pada awal semester satu tahun pelajaran 2023/2024. Sedangkan uji coba diperluas dilakukan di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes pada tanggal 9 Agustus 2023 pada semester satu tahun pelajaran 2023/2024.

Berikut ini langkah-langkah prosedur uji coba terbatas dan uji coba diperluas yang dilaksanakan.

- 1) Memberikan penjelasan tentang prosedur pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* kepada guru dan peserta didik *digital marketing* berupa ATP, Modul ajar dan buku panduan guru dan buku panduan peserta didik pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.
- 2) Guru model pada uji coba terbatas melaksanakan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dengan konten materi “konsep *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.” Sedangkan pada uji coba luas konten materi yang disampaikan tentang “analisa data digital.”
- 3) Peneliti membagi lembar kuesioner kepada peserta didik untuk diminta tanggapan terhadap kinerja/profesionalisme guru terkait dengan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* yang telah selesai dilaksanakan.

- 4) Peneliti mencatat respon peserta didik ketika mengikuti pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.
- 5) Peneliti mencatat aktifitas/langkah-langkah yang dilakukan guru ketika melaksanakan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.
- 6) Menganalisis data yang diperoleh dari data uji coba terbatas.
- 7) Merevisi produk ATP, modul ajar dan buku panduan guru dan buku panduan peserta didik *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* hasil pengembangan berdasarkan respon peserta dan peneliti.

b. Subjek Uji Coba

Lokasi uji coba terbatas dilakukan di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen dan uji coba diperluas dilakukan di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes dengan pertimbangan bahwa kedua sekolah berada di daerah yang berbeda sehingga secara geografis berbeda. Perbedaan ini dapat dilihat dari keberadaan SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen berada di dekat pantai dan agak jauh dari perkotaan, sedangkan SMK 2 Al Hikmah 1 berada di daerah pegunungan atau dataran tinggi dan cukup dekat dengan keramaian atau berada di sisi jalan jalur provinsi yang menghubungkan Bumiayu dengan Brebes.

Subyek uji coba terbatas adalah peserta didik SMK Plus Nururrohmah Kurawaran, Kebumen kelas 11 Program Keahlian Pemasaran yang berjumlah 20 peserta didik, guru *digital marketing* 1 orang. Peran guru sekaligus sebagai pelaksana pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*. Selama proses pembelajaran berlangsung, peneliti berperan sebagai pengamat dan sebagai partisipan.

c. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi yakni pengamatan terhadap proses pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*, dokumentasi dengan cara

melakukan foto dan perekaman video proses pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* untuk mendukung pengamatan dan wawancara terhadap guru dan peserta kelompok uji coba serta dengan menggunakan statistik deskriptif dengan menghitung presentase.

d. Teknik Analisis Data

Data mengenai respon peserta didik terhadap pelaksanaan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan statistik deskriptif dengan teknik persentase dan kategorisasi, data mengenai respon aktifitas peserta didik dan kegiatan guru dalam melaksanakan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dan dianalisis dengan analisis deskriptif secara naratif.

e. Revisi Produk

Setelah produk diujicobakan baik pada uji coba terbatas maupun uji coba diperluas, secara umum produk sudah baik, hanya saja ada yang perlu diperbaiki pada buku panduan pembelajaran pada gambar letak anak panah perlu diarahkan lebih tepat kepada perintah yang dimaksud.

1) Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Skala Sikap

Sebelum angket skala sikap minat berwirausaha digunakan untuk uji keefektifan model terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas butir soal. Uji coba terbatas ini dilaksanakan di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen pada hari Sabtu, 29 Juli 2023 dan dilakukan analisa menggunakan program SPSS versi 25.

Untuk memperoleh data yang diperlukan, peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner. Kuesioner berisi daftar pernyataan yang diajukan pada responden dengan menggunakan skala Likert dengan 4 (empat) kategori. Pernyataan positif dikategorikan antara lain : (1) Sangat Tidak Tertarik (STT); (2) Tidak Tertarik (TT); (3) Tertarik (T) dan (4) Sangat Tertarik (ST). Sedangkan

pernyataan negatif dikategorikan antara lain : (4) Sangat Tidak Tertarik (STT); (3) Tidak Tertarik (TT); (2) Tertarik (T) dan (1) Sangat Tertarik (ST). Penelitian ini menggunakan skala Likert yang alternatif jawabannya terdapat dalam tabel 3.5 berikut ini.¹⁴⁴

Tabel 3.5 Skala Likert

Indikator	Positif	Negatif
Sangat Tertarik (ST)	4	1
Tertarik (T)	3	2
Tidak Tertarik (TT)	2	3
Sangat Tidak Tertarik (STT)	1	4

Berikut ini hasil uji coba validitas dan reliabilitas instrumen skala minat wirausaha.

Tabel 3.6 Uji Validitas Skala Sikap

No Butir Soal	Nilai			Signifikansi	Ket.
	Nilai Korelasi (r)	Nilai r tabel (n=20, α=5 %)	Nilai r tabel (n=20, α=1 %)		
1.	0,359	0,444	0,581	Tidak Signifikan	Revisi
2.	0,613	0,444	0,581	Signifikan	Dipakai
3.	0,295	0,444	0,581	Tidak Signifikan	Revisi
4.	0,174	0,444	0,581	Tidak Signifikan	Revisi
5.	0,346	0,444	0,581	Tidak Signifikan	Revisi
6.	0,291	0,444	0,581	Tidak Signifikan	Revisi
7.	0,694	0,444	0,581	Signifikan	Dipakai
8.	0,750	0,444	0,581	Signifikan	Dipakai
9.	0,106	0,444	0,581	Tidak Signifikan	Revisi
10.	0,553	0,444	0,581	Signifikan	Dipakai
11.	0,694	0,444	0,581	Signifikan	Dipakai
12.	0,750	0,444	0,581	Signifikan	Dipakai
13.	0,381	0,444	0,581	Tidak Signifikan	Revisi
14.	0,537	0,444	0,581	Signifikan	Dipakai
15.	0,694	0,444	0,581	Signifikan	Dipakai
16.	0,750	0,444	0,581	Signifikan	Dipakai
17.	0,631	0,444	0,581	Signifikan	Dipakai
18.	0,414	0,444	0,581	Tidak Signifikan	Revisi
19.	0,613	0,444	0,581	Signifikan	Dipakai
20.	0,672	0,444	0,581	Signifikan	Dipakai
21.	0,110	0,444	0,581	Tidak Signifikan	Revisi
22.	0,694	0,444	0,581	Signifikan	Dipakai
23.	0,750	0,444	0,581	Signifikan	Dipakai

¹⁴⁴ Syahrudin dan Salim, "Metodologi Penelitian" (Bandung: Cita Pustaka Media, 2012).

No Butir Soal	Nilai			Signifikansi	Ket.
	Nilai Korelasi	Nilai r tabel (n=20,α=5 %)	Nilai r tabel (n=20,α=1 %)		
	(r)				
24.	0,125	0,444	0,581	Tidak Signifikan	Revisi
25.	0,216	0,444	0,581	Signifikan	Dipakai
26.	0,216	0,444	0,581	Tidak Signifikan	Revisi
27.	0,613	0,444	0,581	Signifikan	Dipakai
28.	0,694	0,444	0,581	Signifikan	Dipakai
29.	0,750	0,444	0,581	Signifikan	Dipakai
30.	0,125	0,444	0,581	Tidak Signifikan	Revisi

Untuk menghitung nilai *Cronbach s Coefficient Alpha* pada uji reliabilitas instrumen pada setiap variabel penelitian ini didasarkan pada nilai *Cronbach s Coefficient Alpha*. Jika nilai yang diperoleh pada uji reliabilitas lebih besar dari 0,6, dapat diartikan bahwa kuesioner yang memuat jawaban responden dikatakan reliabel. Sebaliknya apabila nilai yang diperoleh dari *Cronbach s Coefficient Alpha* lebih kecil dari 0,6 maka dapat diartikan bahwa kuesioner yang merupakan jawaban dari responden tidak reliabel. Adapun untuk menghitung uji reliabilitas digunakan bantuan program SPSSversi 25.

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,937	18

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan tersebut menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada reliability statistics instrumen skala sikap minat berwirausaha menunjukkan angka 0,937 yang berarti memiliki nilai hubungan sangat tinggi.

4. Pengujian dan Revisi

Setelah data sikap terkumpul melalui instrumen, kemudian dilakukan analisis data statistik dengan Uji t. Adapun variabel yang diuji adalah variabel bebas yaitu pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dan pengaruhnya terhadap variabel terikat yaitu minat wirausaha peserta didik. Uji-t dilaksanakan untuk mengetahui perbedaan

antara kelas eksperimen yang diberi perlakuan berupa pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*, dengan kelas kontrol yang diberikan pembelajaran biasa/ konvensional. Proses pengolahan data dalam Uji-t yang diolah dengan bantuan komputer program SPSS V 25. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui efektivitas model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dalam meningkatkan minat berwirausaha. Uji yang dilakukan adalah uji MANOVA (*Multivariate Analysis of Variance*): Semua pengujian hipotesis dilakukan pada taraf signifikansi 0,05. Jika probabilitas < taraf signifikansi yang ditetapkan, maka ada pengaruh penerapan efektivitas model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dalam meningkatkan minat berwirausaha.

Hasil observasi dianalisis dengan menghitung rata-rata presentase hasil observasi keterlaksanaan sintaks model dalam SAP dan mengacu persamaan berikut.

$$R = \left(1 - \frac{A-B}{A+B} \right) \times 100\%$$

Keterangan: R = presentasi keterlaksanaan ATP; A = skor pengamat lebih; B = skor pengamat lebih rendah. Pembelajaran dikatakan baik jika presentase ketercapaian memiliki nilai lebih besar atau sama dengan 75%.

Penentuan peningkatan minat wirausaha dihitung melalui uji gain ternormalisasi.

$$\langle g \rangle = \frac{\langle S_f \rangle - \langle S_i \rangle}{100 - \langle S_i \rangle}$$

Keterangan: $\langle g \rangle$ = nilai gain ternormalisasi; $\langle S_f \rangle$ = Skor rata-rata akhir (posttest); $\langle S_i \rangle$ = Skor rata-rata awal (pretest).

Adapun interpretasi hasil perhitungan gain ternormalisasi menggunakan kategori tafsiran efektifitas N-Gain berikut ini.¹⁴⁵

Tabel 3.8 Kategori Tafsiran Efektifitas N-Gain

Presentase (%)	Tafsiran
< 40	Tidak Efektif
40 – 55	Kurang Efektif
56 – 75	Cukup Efektif
76	Efektif

C. Analisis Produk Awal

Pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK berbasis pesantren yang dihasilkan meliputi 4 produk yaitu: 1) Alur dan Tujuan Pembelajaran (ATP); 2) Modul Ajar; 3) Buku Panduan Guru; dan 4) Buku Panduan Peserta Didik. Produk akhir yang dihasilkan melalui tahap-tahap yang dilakukan secara sistematis mulai dari desain awal model pengembangan, validasi ahli/ ekspert, uji coba terbatas, uji coba diperluas dan uji keefektifan model.

¹⁴⁵ Hake R.R., "Analyzing Change/Gain Scores.," 1999.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dideskripsikan temuan-temuan di lapangan mulai dari studi pendahuluan yang diawali dengan eksplorasi terhadap obyek di lapangan sampai terwujudnya draft awal model pembelajaran kemudian pengembangan model dan pengujian model diakhiri dengan pembahasan dan pengembangan lebih lanjut serta keterbatasan penelitian.

A. Pelaksanaan Pembelajaran *Digital Marketing* di SMK Berbasis Pesantren

1. Permasalahan Guru dan Peserta Didik dalam Pembelajaran *Digital Marketing*

Tahapan pendahuluan ini berbentuk studi eksplorasi untuk memperoleh gambaran lebih seksama tentang model pembelajaran *digital marketing* yang selama ini digunakan. Tujuan tahap ini adalah mendeskripsikan dan menjelaskan pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* antara lain: mendeskripsikan perencanaan pembelajaran *digital marketing* yang ada, mendeskripsikan kebutuhan guru dan *peserta didik* yang berkaitan dengan perbaikan pembelajaran *digital marketing*, dan mendeskripsikan penerapan model pembelajaran *digital marketing*.

Studi pendahuluan dilaksanakan di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen. Pada studi pendahuluan diawali dengan identifikasi berbagai hal terkait dengan pembelajaran *digital marketing* yang berlangsung di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen. Studi awal dimulai dengan mempelajari teori-teori pengembangan perangkat pembelajaran mulai dari ATP, Modul Ajar, menganalisis konten materi sampai langkah-langkah pembelajaran. Dalam studi ekplorasi ini ditemukan ada 3 (tiga) pokok permasalahan berkaitan dengan pembelajaran *digital marketing* yang selama ini berlangsung. Adapun ketiga permasalahan tersebut antara lain : (a) permasalahan kebutuhan guru dan peserta didik dan (b) model Pembelajaran yang dikembangkan.

a. Permasalahan kebutuhan guru dan peserta didik

- 1) Permasalahan perencanaan pembelajaran *digital marketing* yang belum efektif

Kajian tentang perencanaan pembelajaran merupakan bagian aspek terpenting dalam menentukan keberhasilan dari implementasi pembelajaran. Oleh karena itu, perencanaan pembelajaran perlu mendapat perhatian yang serius untuk keberhasilan pembelajaran. Adapun permasalahan perencanaan pembelajaran yang berkaitan dengan pembelajaran *digital marketing* yang optimal ditunjukkan berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan informan Sri Puji Lestari, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen bahwa;

Perencanaan pembelajaran *digital marketing* belum sepenuhnya memiliki arti penting bagi guru agar pembelajaran yang dilaksanakan lebih terarah dalam mencapai tujuan pembelajaran bersama peserta didik sehingga pembuatan perencanaan pembelajaran masih belum optimal. Namun demikian mengingat pentingnya fungsi perencanaan pembelajaran sebagai dasar guru dalam mencapai tujuan pembelajaran, maka guru harus mampu manajemen pembelajaran untuk mencapai tujuan pembelajaran yang dicapai (Wawancara, 25 Juli 2023).

Demikian halnya menurut informan Siti Muallifah, S.E. sebagai guru *digital marketing* di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog, Brebes yang menyampaikan bahwa;

Perencanaan pembelajaran sangat penting untuk mempermudah dalam pembelajaran, namun terkadang belum dapat dilakukan dengan baik (Wawancara, 3 Agustus 2023).

Namun berbeda dengan halnya dengan informan Arum Handayani, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo yang menyampaikan bahwa;

Perencanaan pembelajaran cukup penting, meskipun pada kenyataannya terkadang perencanaan yang sudah dibuat tidak sesuai dengan yang diharapkan (Wawancara, 14 Agustus 2023).

Adapun kendala perencanaan pembelajaran yang dialami guru dalam merencanakan pembelajaran berbeda-beda. Kendala yang dialami informan Sri Puji Lestari, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan, Kebumen bahwa;

Perencanaan pembelajaran belum optimal karena disebabkan masih terbatasnya kreativitas dan fasilitas dalam membuat perencanaan pembelajaran (Wawancara, 25 Juli 2023).

Sementara menurut informan Siti Mualifah, S.E. selaku guru *digital marketing* di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog, Brebes bahwa;

Perencanaan pembelajaran terkendala fasilitas (Wawancara, 3 Agustus 2023).

Sedangkan menurut informan Arum Handayani, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo bahwa;

Kesulitan dalam merencanakan pembelajaran disebabkan minimnya referensi model pembelajaran dan keterbatasan waktu (Wawancara, 14 Agustus 2023).

Dalam hal pembuatan perangkat pembelajaran *digital marketing* yang telah dilakukan masih mengalami permasalahan. Hal ini seperti yang disampaikan informan Ibu Sri Puji Lestari, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan bahwa;

Pembuatan perangkat pembelajaran masih dilakukan *copy paste* dari teman se-profesi meskipun tidak dilakukan secara keseluruhan. Selain itu, masih terbatasnya kreativitas dan fasilitas dalam membuat perencanaan pembelajaran dan guru masih menggunakan teknik pembelajaran konvensional (Wawancara, 25 Juli 2023).

Sedangkan pembuatan perangkat pembelajaran yang dilakukan informan Siti Mualifah, S.E. selaku guru *digital marketing* di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes bahwa;

Perangkat pembelajaran masih ada yang dibuat dengan cara *copy paste*, namun diperbaharui terlebih dahulu. Selain itu terkendala ide yang kadang harus *update* (Wawancara, 3 Agustus 2023).

Sementara pembuatan perangkat pembelajaran yang dilakukan informan Arum Handayani, S.Pd. sebagai guru *digital marketing* di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo bahwa;

Masih ditemukan kesulitan dalam merencanakan pembelajaran berupa keterbatasan waktu dan kurang memahami proses pembuatan perangkat pembelajaran. Oleh karena itu perangkat pembelajaran perlu dilakukan secara teori terlebih dahulu sehingga ketika praktek tidak terlalu bingung dan lebih mudah dalam membuat perencanaannya (Wawancara, 14 Agustus 2023).

Pengembangan kreatifitas dalam meningkatkan kewirausahaan perlu dilakukan, namun dalam pelaksanaannya mengalami kendala. Adapun kendala yang dialami informan Sri Puji Lestari, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen bahwa;

Pengembangan kreatifitas dalam mendorong wirausaha pada pembelajaran *digital marketing* masih banyak dilakukan sebatas teori saja, sedangkan prakteknya jarang (Wawancara, 25 Juli 2023).

Adapun kendala pengembangan kreatifitas pada pembelajaran *digital marketing* yang disampaikan informan Siti Mualifah, S.E. selaku guru *digital marketing* di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes bahwa;

Pembelajaran *digital marketing* belum mampu mendorong kreatifitas untuk mendorong minat berwirausaha disebabkan tidak *update*-nya wirausaha dalam berpromosi (Wawancara, 3 Agustus 2023).

Sementara kendala pengembangan kreatifitas yang disampaikan informan Arum Handayani, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo bahwa;

Kendala pengembangan kreatifitas karena kurangnya wawasan serta motivasi kepada peserta didik untuk terjun langsung dalam dunia bisnis digital (Wawancara, 14 Agustus 2023).

Untuk mengatasi permasalahan tersebut di atas maka dalam pembelajaran *digital marketing* perlu disusun perencanaan pembelajaran yang dapat meningkatkan efektifitas pembelajaran. Pembelajaran *digital*

marketing perlu lebih ditingkatkan baik pada pengembangan pembelajaran, skenario pelaksanaan pembelajaran, materi pembelajaran sampai pada sistem asesmen yang dilakukan. Model pembelajaran perlu dirancang dengan baik agar dapat meningkatkan minat berwirausaha peserta didik, salah satunya menggunakan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* yang didasarkan pada praktek pengembangan kewirausahaan yang didasarkan pada kaidah-kaidah praktek *digital entrepreneurship* di dunia nyata.

2) Permasalahan kebutuhan guru dalam pembelajaran *digital marketing*

Permasalahan kebutuhan guru dalam pembelajaran *digital marketing* pada studi pendahuluan ini ditemukan ada 3 (tiga) hal antara lain: (a) penyusunan ATP dan modul ajar; (b) penerapan prosedur pembelajaran *digital marketing* yang belum optimal; dan (c) penggunaan media pembelajaran *digital marketing* yang belum optimal.

Pertama, dalam masalah penyusunan ATP dan modul ajar *digital marketing* ditemukan bahwa guru masih kesulitan untuk menyusun ATP dan modul ajar yang dapat mengungkap meningkatkan minat berwirausaha peserta didik. Hal ini didasarkan pada hasil wawancara yang dilakukan dengan informan Sri Puji Lestari, S.Pd. sebagai guru *digital marketing* di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen bahwa;

Guru *digital marketing* selama ini masih mengalami kesulitan dalam menyusun ATP dan modul ajar. Kesulitan yang dialami dalam menyusun ATP dan modul ajar terletak pada pemilihan model pembelajaran yang benar-benar sesuai untuk diaplikasikan dalam pembelajaran *digital marketing* dan buku-buku referensi yang benar-benar relevan yang masih jarang ditemukan. Selain itu terkadang guru masih kurang antusias dalam membuat ATP serta modul ajar tersebut sehingga dalam pembuatan perangkat tersebut asal jadi saja. Guru juga jarang menggunakan modul ajar yang sudah dibuatnya (Wawancara 25 Juli 2023).

Sementara itu kesulitan juga dialami dalam proses pembelajaran *digital marketing* oleh guru *digital marketing*. Hal ini seperti yang disampaikan informan Siti Mualifah, S.E. sebagai guru *digital marketing* di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes yaitu;

Kesulitan dalam perencanaan pembelajaran ketika menentukan materi yang terkadang berbeda dengan buku yang ada sehingga sebagai guru yang masih tergolong baru atau junior mengalami kesulitan (Wawancara, 3 Agustus 2023).

Kesulitan perencanaan pembelajaran juga dialami informan Arum Handayani, S.Pd. sebagai guru *digital marketing* di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo bahwa;

Kesulitan perencanaan pembelajaran disebabkan karena kurikulum yang selalu berubah sehingga menuntut guru untuk membuat ATP dan modul ajar sesuai dengan kurikulum baru (Wawancara, 14 Agustus 2023).

Selain itu dalam dasar dan acuan yang dijadikan guru dalam menyusun ATP dan modul Ajar juga masih belum jelas. Hal ini seperti yang disampaikan informan Sri Puji Lestari, S.Pd. sebagai guru *digital marketing* di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen bahwa;

Kesulitan penyusunan ATP dan modul ajar disebabkan karena keterbatasan buku referensi yang ada di perpustakaan sekolah yang mana buku-buku tersebut kurang *update* (Wawancara 25 Juli 2023).

Adapun kesulitan penyusunan ATP dan modul ajar sulit dilakukan. Hal ini seperti yang disampaikan Siti Mualifah, S.E., sebagai guru *digital marketing* di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes bahwa;

Acuan yang dijadikan dasar penyusunan ATP dan modul ajar berasal dari buku yang disediakan oleh sekolah serta materi dari internet (Wawancara 3 Agustus 2023).

Namun sedikit berbeda dengan acuan atau dasar penyusunan ATP dan modul ajar yang dilakukan Arum Handayani, S.Pd. sebagai guru *digital marketing* di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo bahwa;

Dasar penyusunan ATP dan modul ajar berasal dari CP dan TP (Wawancara, 14 Agustus 2023).

Sementara itu kendala yang dialami dalam penyusunan ATP dan modul ajar disebabkan keterbatasan buku dan sumber referensi. Hal ini seperti yang disampaikan informan Sri Puji Lestari, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen bahwa;

Penyusunan ATP dan modul ajar terkendala terbatasnya buku dan sumber sumber referensi yang tersedia di sekolah, sumber dari internet juga terkadang kurang relevan dengan materi *digital marketing* yang akan disampaikan, pembuatan modul ajar yang kurang menarik karena keterbatasan pada *design* dan *template* yang di gunakan saat ini. Selain itu, masalah penerapan prosedur pembelajaran *digital marketing* masih sesuai ATP dan modul ajar dan belum banyak melibatkan aktifitas peserta didik untuk meningkatkan keterampilan peserta didik. Hal ini berarti pembelajaran *digital marketing* masih cenderung bersifat behavioristik dan belum mengarah ke konstruktivistik. Hal ini terlihat dari pola interaksi yang bersifat monoton dan satu arah dengan metode ceramah yang cukup dominan dalam pembelajaran (Wawancara, 25 Juli 2023).

Sementara itu kendala dalam membuat ATP dan modul ajar juga yang dialami Arum Handayani, S.Pd. sebagai guru *digital marketing* di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo bahwa;

Pembuatan ATP dan modul ajar terkadang terkendala waktu disebabkan karena waktunya habis untuk mencari referensi model pembelajaran yang minim (Wawancara, 14 Agustus 2023).

Adapun permasalahan yang berkaitan dengan model pembelajaran *digital marketing* yang digunakan masih belum melibatkan banyak aktifitas praktek peserta didik. Hal ini seperti yang disampaikan informan Sri Puji Lestari, S.Pd. sebagai guru *digital marketing* di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen bahwa;

Model pembelajaran yang digunakan belum banyak melibatkan aktifitas peserta didik karena minat peserta didik belum bisa dibangun sejak awal, masih terdapat peserta didik yang HP nya kurang *support* untuk praktek *digital marketing*, terbatasnya media pembelajaran di sekolah jadi peserta didik kurang maksimal dalam melakukan praktek *digital marketing* (Wawancara, 25 Juli 2023).

Demikian juga yang dialami informan Siti Mu'alifah, S.E. sebagai guru *digital marketing* di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog, Brebes yang menyampaikan bahwa;

Model pembelajaran *digital marketing* masih belum melibatkan banyak aktifitas praktek peserta didik yang ada di SMK 2 Al Hikmah 1 Brebes berupa terkendala pada fasilitas dan peraturan yayasan dan sekolah (Wawancara, 3 Agustus 2023).

Kesulitan penerapan model pembelajaran juga dialami informan Arum Handayani, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo bahwa;

Model pembelajaran sulit diterapkan karena keterbatasan sarana prasarana atau alat praktik peserta didik dan kompetensi guru yang belum maksimal (Wawancara, 14 Agustus 2023).

Adapun kendala penerapan model pembelajaran *digital marketing* yang dialami disebabkan belum dimanfaatkannya aplikasi yang banyak tersedia. Hal ini seperti yang disampaikan Ibu Sri Puji Lestari, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen yang menyampakan bahwa:

Kendala model pembelajaran praktek yang selama ini belum banyak praktek dan masih banyak bersifat teori karena keterbatasan media yang digunakan, maka mayoritas peserta didik hanya belajar teorinya saja, untuk pelaksanaan prakteknya paling hanya 1 sampai 3 kali dalam satu semesternya. Selain itu penggunaan media pembelajaran yang belum efektif. Pembelajaran *digital marketing* di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen Jawa Tengah sudah menggunakan media pembelajaran audio visual menggunakan peralatan LCD, laptop dan alat-alat lain, tetapi belum memanfaatkan perangkat atau aplikasi yang banyak tersedia dalam menunjang pembelajaran *digital marketing* (Wawancara, 25 Juli 2023).

Kendala penerapan model pembelajaran juga dialami dalam pembelajaran *digital marketing*. Hal ini disampaikan informan Siti Mu'alifah, S.E., sebagai guru *digital marketing* di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog, Brebes yang mengatakan bahwa;

Kendala pembelajaran *digital marketing* belum banyak praktek karena terkendala komputer yang tidak mencukupi untuk semua peserta didik (Wawancara, 3 Agustus 2023).

Demikian juga yang dialami informan Arum Handayani, S.Pd., sebagai guru *digital marketing* di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo yang menyampaikan bahwa;

Pembelajaran *digital marketing* belum banyak praktek karena alat praktik yang digunakan masih terbatas (Wawancara, 14 Agustus 2023).

Dilihat dari sarana dan media pembelajaran *digital marketing* yang telah digunakan juga mengalami kendala. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan informan Sri Puji Lestari, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen bahwa;

Kendala utama yang dialami di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen berupa penggunaan komputer harus bergantian, HP yang masih kurang *support*, jaringan internet yang lambat karena keterbatasan dalam penggunaan WiFi sekolah (Wawancara, 25 Juli 2023).

Sementara kendala sarana dan prasarana yang dialami di SMK 2 Al Hikmah 1 sirampog Brebes berdasarkan hasil wawancara dengan informan Siti Mualifah, S.E., selaku guru *digital marketing* bahwa;

Media pembelajaran yang ada di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes berupa keterbatasan jumlah komputer yang ada (Wawancara, 3 Agustus 2023).

Demikian juga kendala sarana dan media pembelajaran yang ada di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo berdasarkan hasil wawancara dengan informan Arum Handayani, S.Pd. sebagai guru *digital marketing* di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo bahwa;

Kecepatan internet ini menjadi kendala yang masih lambat, komputer yang tersedia belum mencukupi dan banyak yang tidak berfungsi (Wawancara, 14 Agustus 2023).

Berkaitan dengan kesulitan apa saja yang terkait penggunaan aplikasi *digital marketing* yang digunakan. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan Sri Puji Lestari, S.Pd. selaku guru *digital marketing* SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen mengatakan bahwa;

Penggunaan aplikasi yang selama ini digunakan sudah bisa dipahami dan dipraktikkan oleh peserta didik, tapi intensitas penggunaan aplikasi tersebut masih kurang karena keterbatasan di media pembelajaran yang relevan dengan *digital marketing* (Wawancara, 25 Juli 2023).

Demikian halnya yang dialami informan Siti Mualifah, S.E., selaku guru *digital marketing* di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes yang mengatakan bahwa;

Oleh karena peserta didik tidak diperbolehkan menggunakan HP di sekolah, maka peserta didik mengalami banyak kesulitan dalam penggunaan aplikasi (Wawancara, 3 Agustus 2023).

Sementara kesulitan yang dialami informan Arum Handayani, S.E. selaku guru *digital marketing* di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo bahwa;

Penggunaan sarana dan aplikasi pembelajaran sedikit sudah berjalan, hanya saja keterbatasan peserta didik dalam menggunakan komputer sehingga pembelajaran selalu menggunakan *handphone*, permasalahannya ketika menggunakan *handphone* pun anak tidak maksimal karena *handphone* yang kurang memadai (Wawancara, 14 Agustus 2023).

3) Permasalahan Peserta Didik dalam Pembelajaran *Digital Marketing*

Permasalahan ini ditunjukkan berdasarkan hasil wawancara dengan informan Sri Puji Lestari, S.Pd., sebagai guru *digital marketing* SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan, Kebumen bahwa;

Penyebab peserta didik kurang tertarik dengan pembelajaran selama ini karena penggunaan strategi konvensional dan fasilitas yang dimiliki untuk menunjang praktek *digital marketing* juga hanya seadanya (Wawancara, 25 Juli 2023).

Sedangkan permasalahan yang dialami pada pembelajaran *digital marketing* menurut hasil wawancara dengan informan Siti Muallifah, S.E., selaku guru *digital marketing* di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog, Brebes bahwa;

Kurangnya minat peserta didik pada pembelajaran *digital marketing* karena model pembelajaran yang masih monoton dan kurangnya sarana dan media yang memadai (Wawancara 3 Agustus 2023).

Sementara permasalahan peserta didik pada pembelajaran *digital marketing* berdasarkan hasil wawancara dengan informan Arum Handayani, S.Pd. sebagai guru *digital marketing* di SMK Ma'arif NU 1 Bener, Purworejo bahwa;

Peserta didik kurang tertarik karena pembelajaran masih banyak bersifat teori dan sedikit praktik (Wawancara 14 Agustus 2023)

Permasalahan pembelajaran *digital marketing* yang berkaitan dengan peserta didik disebabkan karena penggunaan strategi konvensional dalam pembelajaran masih banyak dilakukan guru *digital marketing* sehingga peserta didik kurang antusias, tidak tertarik dan cenderung membosankan. Hal tersebut juga disebabkan karena materi *digital marketing* yang belum bersentuhan langsung dengan kenyataan peserta didik di lapangan atau kehidupan sehari-hari. Model pembelajaran yang masih monoton yang dilakukan guru *digital marketing* menimbulkan tanggapan yang beragam peserta didik seperti pembelajaran *digital marketing* banyak bersifat teoritis dan sedikit praktek.

Dengan demikian dari beberapa permasalahan yang terkait kebutuhan guru dan peserta didik pada pembelajaran *digital marketing* di SMK berbasis pesantren berkaitan dengan 3 (tiga) permasalahan yaitu: 1) permasalahan perencanaan pembelajaran *digital marketing* yang belum optimal; 2) permasalahan kebutuhan guru dalam pelaksanaan pembelajaran *digital marketing*; dan 3) permasalahan Peserta Didik dalam Pembelajaran *Digital Marketing*.

b. Pelaksanaan Pembelajaran *Digital Marketing*

Pada pembelajaran yang telah dilaksanakan pada pembelajaran *digital marketing* masih banyak dilakukan teori dengan menerapkan metode ceramah. Selain itu, media yang banyak digunakan juga banyak mencatat sehingga peserta didik banyak sekali mencatat materi yang ada pada buku pelajaran *digital marketing*. Selain peserta didik banyak mencatat, guru banyak menjelaskan tulisan yang telah dicatat peserta didik sehingga banyak bersifat teoritis. Selanjutnya guru memberikan tugas untuk mengerjakan soal atau tugas dan dilanjutkan melakukan kesimpulan dan menutup pelajaran.

Permasalahan yang terkait model pembelajaran yang diterapkan pada pembelajaran *digital marketing* berbeda-beda. Seperti yang disampaikan informan Sri Puji Lestari, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Plus Nurrohmah Kuwarasan, Kebumen bahwa;

Model pembelajaran yang selama ini diterapkan banyak teori dibanding praktek walaupun dilakukan dengan alasan agar lebih cepat dalam memberikan penjelasan ke peserta didik (Wawancara, 25 Juli 2023).

Sedangkan menurut informan Siti Mualifah, S.E., selaku guru *digital marketing* di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes bahwa;

Penerapan model pembelajaran yang diterapkan masih bersifat konvensional karena kurang adanya pelatihan untuk guru *digital marketing* sehingga menjadikan guru tersebut bisa *update* (Wawancara, 3 Agustus 2023).

Sementara penerapan model pembelajaran menurut informan Arum Handayani, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo bahwa;

Model pembelajaran masih bersifat konvensional karena keterbatasan alat praktik maupun pengetahuan guru dalam materi yang diajarkan (Wawancara, 14 Agustus 2023).

Kurikulum yang diberlakukan pemerintah telah mengalami perubahan dari kurikulum 2013 menjadi kurikulum merdeka sehingga perlu dilakukan upaya revitalisasi. Salah satu upaya revitalisasi melalui penerapan

model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*. Model pembelajaran ini merupakan salah satu upaya dan solusi untuk mengatasi kekurangan pada pembelajaran *digital marketing* yang selama ini masih bersifat kognitif. Dengan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* diharapkan adanya peningkatan minat berwirausaha sehingga tujuan utama pembelajaran *digital marketing* dapat tercapai dengan efektif. Selain itu adanya pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dapat bersifat konstruktivisme sehingga terjadi pengembangan pembelajaran *digital marketing* ke arah peningkatan berwirausaha lebih efektif.

Sebagai gambaran ATP dan modul ajar pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* memuat elemen pembelajaran antara lain:

1) ATP

Model ATP ini belum mencantumkan tema-tema yang mengarah pada *digital entrepreneurship* dan belum memasukkan skenario *digital entrepreneurship*. Berdasarkan wawancara dengan informan Ibu Sri Puji Lestari, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan bahwa :

Elemen pembelajaran yang digunakan di SMK memuat belum ada elemen yang berusaha untuk meningkatkan minat wirausaha. Elemen yang digunakan di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen mengacu pada ATP yang dikembangkan oleh kelompok guru mata pelajaran pemasaran (MGMP PM) yang memuat: a) Elemen, b) Capaian Pembelajaran; 3) Tujuan Pembelajaran (Wawancara, 25 Juli 2023).

Sementara menurut informan Siti Mualifah, S.E., selaku guru *digital marketing* di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes bahwa;

Elemen pembelajaran sudah ada namun perlu disempurnakan (Wawancara, 3 Agustus 2023).

Sedangkan menurut informan Arum Handayani, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo bahwa;

Elemen pembelajaran, capaian pembelajaran, tujuan pembelajaran, tujuan pembelajaran dan konten materi pembelajaran (Wawancara, 14 Agustus 2023).

2) Modul Ajar

Modul ajar yang digunakan guru *digital marketing* sebagai dasar pelaksanaan proses pembelajaran yang dilakukan di lokasi penelitian selama ini berbeda-beda. Hal ini disebabkan karena dasar pembuatan modul ajar yang berbeda-beda. Menurut hasil wawancara dengan informan Sri Puji Lestari, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen menyampaikan bahwa;

Modul ajar *digital marketing* yang digunakan di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen lokasi penelitian mengacu pada modul ajar yang dikembangkan sendiri oleh guru *digital marketing* yang memuat referensi yang relevan dengan berbagai sumber (Wawancara , 25 Juli 2023).

Sedangkan menurut hasil wawancara dengan informan Siti Muallifah, S.E., sebagai guru *digital marketing* di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes menyampaikan bahwa;

Modul ajar yang digunakan pada pembelajaran *digital marketing* memuat website, email, blog dan media sosial (Wawancara, 3 Agustus 2023).

Sementara modul ajar yang digunakan di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo dikembangkan dari ATP dan Capaian Pembelajaran *Digital Marketing*. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan informan Arum Handayani, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo bahwa;

Penerapan Alur Tujuan Pembelajaran (ATP) yang dikembangkan dari Capaian Pembelajaran (CP) serta memuat tentang Informasi Umum Modul Ajar, Capaian dan Tujuan Pembelajaran serta detail rancangan penggunaan (Wawancara, 14 Agustus 2023).

3) Tujuan Pembelajaran

Tujuan pembelajaran yang tercantum pada ATP dan modul ajar yang telah dilakukan masih belum banyak mencantumkan praktek kewirausahaan untuk meningkatkan minat wirausaha. Hal ini

ditunjukkan hasil wawancara dengan informan Sri Puji Lestari, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan bahwa;

Tujuan pembelajaran pada pembelajaran *digital marketing* di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen memuat: 1) sedikit mengarah ke wirausaha, tapi peserta didik masih kurang *greget* untuk berwirausaha (Wawancara, 25 Juli 2023).

Sedangkan tujuan pembelajaran *digital marketing* SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes belum jelas dalam meningkatkan minat kewirausahaan. Hal ini di berdasarkan hasil wawancara dengan informan Siti Mualifah, S.E., selaku guru *digital marketing* di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes bahwa;

Tujuan pembelajaran yang memuat praktek kewirausahaan belum jelas karena masih terkendala dalam modal dan produk yang akan dijual (Wawancara 3 Agustus 2023).

Sementara itu tujuan pembelajaran yang mengarahkan peningkatan minat berwirausaha peserta didik di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo masih rendah. Hal ini ditunjukkan hasil wawancara dengan informasi Arum Handayani, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo bahwa;

Tujuan pembelajaran yang mengarahkan minat berwirausaha peserta didik masih rendah karena kurangnya motivasi dari dalam diri peserta didik untuk berwirausaha (Wawancara, 14 Agustus 2023).

4) Konten Materi

Konten atau materi pembelajaran *digital marketing* yang telah dilaksanakan belum dikembangkan secara maksimal. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan informan Sri Puji Lestari, S.Pd., selaku guru *digital marketing* di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen bahwa;

Materi atau konten materi yang digunakan guru *digital marketing* masih mengalami kendala pengembangan yang disebabkan kendala pada sistem, media pembelajaran, dan aplikasi, termasuk jaringan wifi (Wawancara, 25 Juli 2023).

Sementara konten atau materi pembelajaran *digital marketing* yang dilakukan di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes belum optimal. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan informan Siti Muallifah, S.E. selaku guru *digital marketing* di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes bahwa;

Konten atau materi pembelajaran yang dikembangkan pada pembelajaran *digital marketing* belum optimal karena kurang adanya dukungan dalam penggunaan perangkat dan aplikasi (Wawancara, 3 Agustus 2023) .

Sedangkan pembelajaran digital marketing di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo belum maksimal karena waktu dan prasarana yang belum memadai. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan informan Arum Handayani, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo bahwa;

Konten pembelajaran *digital marketing* belum dilaksanakan secara maksimal disebabkan durasi waktu yang terbatas dan sarana prasarana yang kurang memadai (Wawancara, 14 Agustus 2023).

5) Alokasi waktu

Alokasi waktu pada pembelajaran *digital marketing* relatif sama, hanya saja terdapat beberapa perbedaan. Adapun alokasi waktu pembelajaran *digital marketing* di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen masih kurang. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan informan Sri Puji Lestari, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen bahwa;

Durasi waktu pelajaran *digital marketing* 7 x 45 menit masih kurang karena sebenarnya masih kurang untuk pembelajarannya *digital marketing* karena pembelajaran *digital marketing* memerlukan lebih banyak waktu untuk praktek secara nyata (Wawancara, 25 Juli 2023).

Sementara itu alokasi waktu pembelajaran *digital marketing* di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes sudah cukup. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan informan Siti Muallifah, S.E., selaku guru *digital marketing* di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes bahwa;

Alokasi waktu pembelajaran *digital marketing* di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes sudah cukup (Wawancara, 3 Agustus 2023).

Sedangkan alokasi waktu yang dibutuhkan untuk pembelajaran *digital marketing* di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo masih kurang. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan informan Arum Handayani, S.Pd. selaku guru *digital marketing* di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo bahwa;

Alokasi waktu pembelajaran *digital marketing* masih kurang karena untuk kegiatan praktik butuh waktu yang lebih lama (Wawancara, 14 Agustus 2023)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan mengenai pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* perlu dilakukan pengembangan pembelajaran dengan baik sesuai harapan semua pihak khususnya guru *digital marketing* sebagai pelaksana proses pembelajaran. Hal ini sesuai harapan guru *digital marketing* bahwa;

Pembelajaran *digital marketing* perlu dilakukan banyak praktek secara langsung (Wawancara dengan Sri Puji Lestari, S.Pd., 25 Juli 2024). Saya berharap baik peserta didik maupun sekolah bisa bersinkronisasi dalam mengembangkan wirausaha walaupun dalam lingkungan pondok yang notabene serba terbatas dan dibatasi tapi mampu mengembangkan wirausaha yang ada di sekitar (Wawancara dengan Siti Mualifah, S.E., 3 Agustus 2023) dan mampu memberikan bimbingan, dan memberikan pembinaan serta memberikan bahan dan metode pengajaran seorang *entrepreneur* yang berhasil agar peserta didik termotivasi menjadi seorang pengusaha melalui mata pelajaran kewirausahaan atau *digital marketing* (Wawancara dengan Arum Handayani, S.Pd., 14 Agustus 2023).

Setelah dilakukan studi eksplorasi terhadap pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* yang telah dilakukan di 3 (tiga) SMK di Provinsi Jawa Tengah yaitu SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen, SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes dan SMK Ma'arif NU 1 Purworejo ditemukan 5 (lima) pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* yang dilaksanakan yaitu: 1) ATP; 2) Modul Ajar; 3) Tujuan Pembelajaran; 4) Konten Materi; dan 5) Alokasi

waktu. Adapun permasalahan penyusunan ATP ditemukan bahwa guru masih kesulitan untuk menyusun ATP dan modul ajar yang dapat mengungkap meningkatkan minat berwirausaha peserta didik dan guru masih kurang antusias dalam membuat ATP serta modul ajar tersebut sehingga dalam pembuatan perangkat tersebut asal jadi saja (Ibu Sri Puji Lestari, S.Pd), kesulitan dalam menentukan materi yang terkadang berbeda dengan buku yang ada sehingga sebagai guru yang masih tergolong baru atau junior mengalami kesulitan (Siti Mu'alifah, S.E.) dan kesulitan yang disebabkan karena kurikulum yang selalu berubah sehingga menuntut guru untuk membuat ATP dan modul ajar sesuai dengan kurikulum baru (Arum Handayani, S.Pd). Sementara dalam pembuatan ATP dan modul ajar belum dibuat dengan baik karena keterbatasan buku-buku referensi yang ada di perpustakaan sekolah yang mana buku-buku tersebut kurang *update* (Sri Puji Lestari, S.Pd), masih berasal dari internet terkadang kurang relevan dan minimnya referensi model pembelajaran *digital marketing* (Siti Mu'alifah, S.E) dan telah ada pada CP dan TP (Arum Handayani, S.Pd.).

Adapun kendala terkait pelaksanaan pembelajaran berupa masih belum melibatkan banyak aktifitas praktek peserta didik minat peserta didik belum bisa dibangun sejak awal, masih terdapat peserta didik yang HP nya kurang support untuk praktek, masih banyak bersifat teori karena keterbatasan media pembelajaran *digital marketing* di sekolah (Sri Puji Lestari, S.Pd), terkendala pada fasilitas dan peraturan yayasan dan sekolah serta terkendala komputer yang tidak mencukupi untuk semua peserta didik (Siti Mu'alifah, S.E.), dan keterbatasan sarana prasarana atau alat praktik peserta didik dan kompetensi guru (Arum Handayani, S.Pd.).

Adapun keterbatasan media pembelajaran *digital marketing* yang digunakan belum optimal karena penggunaan komputer harus bergantian, HP yang masih kurang support, jaringan internet yang lambat karena keterbatasan dalam penggunaan WiFi sekolah (Sri Puji Lestari, S.Pd.), keterbatasan jumlah komputer yang ada (Siti Mu'alifah, S.E), dan kecepatan internet ini menjadi kendala yang masih lambat, komputer yang tersedia belum mencukupi dan banyak yang tidak berfungsi (Arum Handayani, S.Pd.). Pemanfaatan media

pembelajaran *digital marketing* perlu dimaksimalkan dan ditingkatkan agar mampu menunjang keberhasilan pelaksanaan pembelajaran. Pemanfaatan dan keberadaan media pembelajaran *digital marketing* begitu penting karena mampu meningkatkan motivasi peserta didik untuk lebih kreatif belajar menjadi wirausaha (Erdisna, Febriyanto Suryana, Erna Susanti, Chairunnisa (2022). Selain itu melalui media pembelajaran yang kreatif dapat mengembangkan potensi peserta didik untuk berwirausaha digital (Y. Alkhalaileh, 2021).

Dari sisi penggunaan sarana dan aplikasi yang selama ini mengalami kendala berupa intensitas penggunaan aplikasi tersebut masih kurang optimal karena keterbatasan media pembelajaran (Sri Puji Lestari, S.Pd), tidak diperbolehkan menggunakan *smartphone* sehingga masih banyak kesulitan dalam penggunaan aplikasi (Siti Mu'alifah, S.E.) dan *smartphone* pun peserta didik tidak optimal karena jumlahnya kurang memadai (Arum Handayani, S.Pd.). Adapun permasalahan yang berkaitan dengan kebutuhan pesertadidik dalam pembelajaran *digital marketing* yang dialami bahwa fasilitas yang peserta didik miliki untuk menunjang praktek *digital marketing* hanya seadanya (Sri Puji Lestari, S. Pd.), kurangnya minat peserta didik karena tidak adanya media yang memadai (Siti Mu'alifah, S.E) dan peserta didik kurang tertarik karena pembelajaran masih banyak bersifat teori dan sedikit praktik (Arum Handayani, S.Pd.).

Sementara dari sisi perencanaan pembelajaran masih menemui kendala berupa terbatasnya kreativitas, fasilitas dalam membuat perencanaan pembelajaran (Sri Puji Lestari, S.Pd), perencanaan pembelajaran terkendala fasilitas, ide yang kadang harus update dan masih dibuat dengan cara copy paste namun diperbaharui terlebih dahulu (Siti Mu'alifah, S.E.) dan minimnya referensi model pembelajaran, kurang memahami proses pembuatan perangkat pembelajaran dan keterbatasan waktu (Arum Handayani, S.Pd.).

Adapun kendala pengembangan pembelajaran yang kreatif agar mampu meningkatkan minat berwirausaha selama ini berupa pembelajaran *digital marketing* terlalu banyak teori, sedangkan prakteknya jarang (Sri Puji Lestari, S. Pd.), tidak *updatenya* wirausaha dalam berpromosi (Siti Mu'alifah, S.E.) dan

kurangnya wawasan serta motivasi kepada peserta didik untuk terjun langsung dalam dunia *digital marketing* (Arum Handayani, S.Pd.). Pengembangan keterampilan ini tentu perlu ditingkatkan karena pentingnya pengembangan pembelajaran *digital marketing* dapat dilakukan melalui kemajuan dan perkembangan teknologi agar mampu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri di masa depan (Suprihatiningsih dan Joko, 2021). Selain itu, pengembangan pembelajaran yang kreatif dapat mampu menumbuhkan minat berwirausaha dan memiliki jiwa *entrepreneur* peserta didik yang produktif (Dyah Ayu Andini dan Saino, 2022) dan mampu menjadi *technopreneur* muda dan terdidik (Zarah Puspitaningtyas, 2018).

Pengembangan model pembelajaran yang kreatif yang sesuai perkembangan teknologi dapat membekali peserta didik untuk menyikapi perubahan digital yang berkelanjutan (Bican, P. M., & Brem, A. (2020). Selain itu pengembangan pembelajaran yang inovatif memiliki potensi besar dalam penciptaan pasar digital dan berdampak pada pembangunan kapabilitas platform digital untuk inovasi produk dan model bisnis Larisa V. Frolova & Iryna M. Boik (2021) dan Jahangir Karimi dan Zhiping Walter (2021). Selain itu pengembangan keterampilan kewirausahaan digital mampu mendorong transisi model bisnis tradisional ke model bisnis platform digital Baranauskas, G., & Raišienė, A. G. (2022) dan Abdullah Balli (2020), memberikan keterampilan dan kesempatan belajar bisnis (Dong, J. Q. (2019), Niyawanont, N., & Wanarat, S. (2021) dan Huđek, I., Širec, K., & Tominc, P. (2019) dan memacu kemajuan empiris dalam kewirausahaan George, G., Merrill, R. K., & Schillebeeckx, S. J. (2021).

Berdasarkan beberapa permasalahan-permasalahan yang ditemukan selanjutnya dipertimbangkan beberapa hal sebagai alternatif model pengembangan pembelajaran diantaranya: 1) Pembelajaran yang diorientasikan pada peningkatan minat berwirausaha peserta didik; 2) Pembelajaran yang dimulai dari konsep *digital marketing* yang didasarkan pada *digital entrepreneurship*; 3) pembelajaran yang dilakukan melalui langkah-langkah *digital entrepreneurship* sesuai kaidah digital marketing UTDHTL (*Username,*

Title, Description, Hashtag, Tags, Location); dan 4) pembelajaran yang dilakukan dengan cara melakukan analisa data digital dan membuat master konten sesuai kaidah *digital entrepreneurship*.

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan pentingnya pengembangan model pembelajaran berbasis teknologi selanjutnya dijadikan model awal dari pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* yang berbentuk ATP, modul ajar dan buku panduan guru maupun peserta didik.

2. Pengembangan Produk Awal

Setelah mengidentifikasi berbagai hal dalam pelaksanaan pembelajaran yang ada selama ini dilanjutkan dengan studi lapangan maka selanjutnya peneliti membuat desain awal pengembangan produk dengan mempertimbangkan hal-hal berikut ini.

- a. Pembelajaran *digital marketing* perlu diorientasikan pada peningkatan minat berwirausaha peserta didik.
- b. Pembelajaran *digital marketing* perlu dimulai dari konsep *digital marketing* yang didasarkan pada *digital entrepreneurship*.
- c. Pada tahap skenario dapat dilakukan menggunakan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.
- d. Perlu dipelajari bagaimana cara melakukan analisa data digital dan membuat master konten sesuai kaidah *digital marketing*.

Setelah mempertimbangkan beberapa hal dalam desain awal pengembangan produk kemudian lahirlah produk awal dari penelitian ini berupa buku panduan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* yang isinya memuat ATP *digital marketing*, modul ajar dan buku panduan guru dan buku panduan peserta didik.

B. Hasil Telaah Ahli

Berikut ini hasil telaah ahli yang telah dilakukan penelitian, antara lain:

1. Prof. Dr. Kholid Mawardi, M.Hum adalah dosen Pascasarjana Universitas Islam Negeri Prof. Dr. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto, ahli dalam perencanaan perangkat pembelajaran dan kurikulum.
2. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Ag. adalah dosen Pascasarjana Universitas Islam Negeri Prof. Dr. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto sebagai ahli materi pembelajaran dan skala sikap.

Penilaian ahli terhadap ATP, Modul Ajar dan Buku Panduan Guru dan Peserta Didik terdiri dari butir-butir instrumen sebagai berikut.

1. ATP

Unsur-unsur yang dijadikan indikator pada penilaian ATP Pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* antara lain:

- a. Kesesuaian capaian pembelajaran dengan tujuan pembelajaran
- b. Capaian pembelajaran dan tujuan pembelajaran sudah menunjukkan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.
- c. Kesesuaian antara tujuan pembelajaran dengan konten materi.
- d. Konsistensi antara elemen pembelajaran dengan tujuan pembelajaran.
- e. Aspek keterpaduan antara elemen *digital marketing* dengan *digital entrepreneurship* terwadahi di skenario pembelajaran.
- f. Skenario pembelajaran sesuai konten materi yang ditawarkan.
- g. Bentuk instrumen asesmen sesuai dengan tujuan pembelajaran.
- h. Instrumen penilaiannya dapat mengukur pencapaian tujuan pembelajaran.
- i. Alokasi waktu yang disesuaikan dalam ATP sesuai dengan keluasan konten materi.
- j. Sumber belajar/ referensi memenuhi syarat sebagai rujukan dalam pembelajaran.

2. Modul Ajar

Adapun unsur-unsur yang terdapat pada modul ajar model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* sebagai berikut.

- a. Informasi umum memuat identitas satuan pendidikan, kompetensi awal, profil pelajar pancasila, sarana dan prasarana, target peserta didik, model pembelajaran dan metode pembelajaran
 - b. Tujuan pembelajaran menjelaskan konsep *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.
 - c. Pemahaman bermakna meliputi konsep *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dan etika warga internet.
 - d. Pertanyaan Pemantik berupa Mengapa *digital marketing* ini begitu populer sekarang? Sebenarnya apa alasan perlunya *digital marketing*?
 - e. Persiapan pembelajaran dapat dilakukan dengan cara membaca materi pelajaran, menyiapkan lembar kerja dan menyiapkan media dan bahan pembelajaran.
 - f. Kegiatan pembelajaran meliputi pendahuluan, inti dan penutup
 - g. Asesmen meliputi asesmen sikap, keterampilan dan pengetahuan
 - h. Pengayaan dan remedial
 - i. Lampiran-lampiran
3. Buku Panduan Guru
- Pada buku panduan guru terdiri dari:
- a. Halaman cover
 - b. Latar belakang penulisan
 - c. Maksud dan tujuan
 - d. Petunjuk penggunaan buku panduan guru
 - e. Kata pengantar
 - f. Daftar isi
 - g. Bagian Inti terdiri dari 3 bab meliputi Bab 1 tentang konsep dasar digital marketing berbasis digital entrepreneurship, Bab II tentang analisa data digital dan Bab III tentang promosi melalui media sosial.
 - h. Asesmen sumatif
 - i. Daftar Pustaka
 - j. Biodata Penulis

4. Buku Panduan Peserta Didik

Pada buku panduan guru terdiri dari:

- a. Halaman cover
- b. Latar belakang penulisan
- c. Maksud dan tujuan
- d. Petunjuk penggunaan buku panduan peserta didik
- e. Kata pengantar
- f. Daftar isi
- g. Bagian Inti terdiri dari 3 bab meliputi Bab 1 tentang konsep dasar *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*, Bab II tentang analisa data digital dan Bab III tentang promosi melalui media sosial.
- h. Asesmen sumatif
- i. Daftar Pustaka
- j. Biodata Penulis

Sebelum model pengembangan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* diujicoba terbatas dan uji coba diperluas, dilakukan penilaian uji coba ke ahli atau ekspert. Adapun hasil validasi ahli atau ekspert sebagai berikut.

1. Hasil Telaah Ahli Perangkat Pembelajaran (*Lampiran 1a*)

Produk pengembangan yang diserahkan kepada ahli pembelajaran berupa ATP dan modul ajar *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*. Berikut ini data penilaian ahli materi pembelajaran terhadap model yang dikembangkan pada tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4.1 Hasil Validasi Ahli perangkat pembelajaran

No	Jenis Perangkat	Aspek Yang Dinilai	Skor
1.	ATP	a. Capaian pembelajaran menunjang ketercapaian tujuan pembelajaran	4
		b. Capaian pembelajaran <i>digital marketing</i> sudah relevan dengan capaian pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>	4
		c. Capaian pembelajaran dengan konten materi yang ditawarkan relevan.	4

No	Jenis Perangkat	Aspek Yang Dinilai	Skor
		d. Konsistensi antara capaian pembelajaran, tujuan pembelajaran dan konten materi	4
		e. Aspek keterpaduan antara capaian pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> terwadahi dalam skenario pembelajaran	4
		f. Kegiatan pembelajaran sesuai dengan konten materi yang ditawarkan	4
		g. Tujuan pembelajaran yang akan dicapai telah sesuai bentuk instrumen asesmen yang dibuat	4
		h. Instrumen asesmen dapat mengukur pencapaian tujuan pembelajaran	4
		i. Alokasi waktu yang disediakan dalam ATP sesuai dengan tingkat keluasan konten materi	4
		j. Sumber belajar/referensi yang digunakan memenuhi syarat sebagai rujukan dalam pembelajaran	4
2.	Modul Ajar	a. Kesesuaian modul ajar dengan ATP yang ditawarkan	4
		b. Capaian pembelajaran konsisten dengan tujuan pembelajaran	4
		c. Tujuan pembelajaran sesuai konten materi yang ditawarkan	4
		d. Konsistensi antara capaian pembelajaran dan tujuan pembelajaran dengan konten materi	4
		e. Tujuan pembelajaran yang ditawarkan telah operasional dan spesifik	4
		f. Tujuan pembelajaran yang ditawarkan menunjang ketercapaian pembelajaran	4
		g. Tujuan pembelajaran dapat dicapai melalui model pembelajaran	4
		h. Kegiatan pembelajaran sesuai dengan konten materi tema yang ditawarkan	4
		i. Bentuk instrumen asesmen dengan tujuan pembelajaran yang ingin dicapai sesuai	4
		j. Instrumen asesmen dapat mengukur pencapaian tujuan pembelajaran	3
		k. Alokasi waktu yang disediakan dalam modul ajar sesuai dengan tingkat keluasan konten materi	4
		l. Sumber belajar/ referensi memenuhi syarat sebagai rujukan dalam pembelajaran	3
Skor diperoleh			86
Skor maksimal			88

Adapun data kualitatif yang dihimpun berdasarkan komentar dan saran terhadap perbaikan buku panduan guru dan peserta didik yang diberikan oleh ahli materi pembelajaran disajikan pada tabel 4.2 berikut ini.

Tabel 4.2 Ikhtisar data Penilaian dan Review Ahli Perangkat Materi Pembelajaran

Komponen	Komentar/ Saran
Modul Ajar	Untuk pengayaan dibuat lebih fungsional

Berdasarkan hasil penilaian ahli materi pembelajaran untuk model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* seperti pada Tabel 4.1, maka dapat dihitung persentase ketercapaian sebagai berikut: $NP = \frac{R}{SM} \times 100\%$

$$NP = \frac{86}{88} \times 100\%$$

$$NP = \frac{6.600}{8.800}$$

$$NP = 0,977 \% \text{ atau } 97,7$$

Setelah dilakukan perhitungan persentase ketercapaian ahli perangkat pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* sebesar 97,7 %. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa persentase hasil validasi ahli perangkat pembelajaran pada kategori efektif sehingga model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dapat digunakan. Namun demikian perlu dilakukan revisi pada perangkat pembelajaran yang disarankan oleh reviewer Prof. Dr. Kholid Mawardi, M.Hum., yang terdapat pada modul ajar untuk pengayaan dan remedial perlu dibuat lebih fungsional.

2. Hasil Telaah Ahli Materi Pembelajaran (Lampiran 1b)

Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka revisi/ perbaikan terhadap modul pembelajaran oleh ahli pembelajaran berupa buku panduan guru dan buku

panduan peserta didik model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* pada tabel 4.3 berikut.

Tabel 4.3 Hasil Validasi Ahli materi pembelajaran

No	Jenis Perangkat	Aspek Yang Dinilai	Skor
1.	Konten materi <i>digital marketing</i> pada buku panduan guru dan siswa	a. Konten materi <i>digital marketing</i> yang tertuang buku panduan guru dan peserta didik memiliki sumber yang jelas	3
		b. Konten materi <i>digital marketing</i> yang tertuang dalam buku panduan guru dan peserta didik sangat memadai dan saling terkait untuk dikembangkan	4
		c. Konten materi <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang tertuang dalam buku panduan guru dan peserta didik yang sangat penting memiliki sumber yang jelas	4
		d. Konten materi <i>digital marketing</i> yang tertuang dalam buku panduan guru dan peserta didik mudah dan cocok dipelajari peserta didik SMK	4
		e. Konten materi <i>digital marketing</i> yang tertuang dalam buku panduan guru dan peserta didik adalah materi <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang sangat relevan untuk diberikan pada peserta didik SMK dan sangat <i>up to date</i> .	4
		f. Konten materi <i>digital marketing</i> yang tertuang dalam buku panduan guru dan peserta didik sangat menarik untuk dikembangkan dengan <i>digital entrepreneurship</i>	4
		g. Konten materi pokok <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang tertuang dalam buku panduan guru dan peserta didik dapat menunjang peningkatan minat berwirausaha bagi peserta didik SMK berbasis pesantren.	3
		Skor maksimal	28

Adapun data kualitatif yang dihimpun berdasarkan komentar dan saran terhadap perbaikan ATP dan modul ajar yang diberikan oleh ahli materi pembelajaran disajikan pada tabel 4.4. berikut.

Tabel 4.4 Ikhtisar data Penilaian dan Review Ahli Materi Pembelajaran

Komponen	Komentar/ Saran
Konten materi memadai dan saling mendukung	Sebaiknya petunjuk anak panah pada gambar lebih tepat pada perintah yang dimaksud
Konten materi memiliki sumber jelas dan relevan	Tata tulis pada daftar pustaka sesuaikan dengan buku panduan disertasi
Konten materi menarik	Cover lebih menarik baik warna maupun tulisan
Konten materi dapat meningkatkan minat berwirausaha	Konten materi perlu dilengkapi dengan contoh konten secara langsung atau nyata.

Berdasarkan hasil penilaian ahli materi/isi pembelajaran untuk pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* seperti pada Tabel 4.3, maka dapat dihitung persentase ketercapaian Hasil Validasi

Ahli materi pembelajaran sebagai berikut: $NP = \frac{R}{SM} \times 100\%$

$$NP = \frac{26}{28} \times 100\%$$

$$NP = \frac{2.600}{2.800}$$

$$NP = 0,9285 \% \text{ atau } 92,85$$

Setelah dilakukan perhitungan persentase ketercapaian ahli materi pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* sebesar 92,85 %. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa persentase hasil validasi ahli perangkat pembelajaran pada kategori efektif sehingga model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dapat digunakan. Namun demikian sesuai masukan ahli oleh reviewer Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd bahwa model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* perlu direvisi pada materi pembelajaran yang meliputi: 1) konten materi yang tertuang pada buku panduan guru dan peserta didik berupa petunjuk anak panah pada gambar sebaiknya lebih tepat diarahkan pada perintah yang dimaksud; 2) tata tulis daftar pustaka

perlu disesuaikan dengan buku panduan disertai; 3) pada halaman cover lebih dibuat yang lebih menarik baik pemilihan warna maupun bentuk tulisannya; 4) dan pada konten materi perlu dilengkapi dengan contoh konten secara langsung dan nyata agar dapat meningkatkan minat berwirausaha peserta didik SMK berbasis pesantren.

3. Hasil Telaah Ahli Skala Sikap (*Lampiran 1c*)

Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka revisi/ perbaikan terhadap skala sikap pada instrumen model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut.

Tabel 4.5 Hasil Validasi Ahli Skala Sikap

No	Aspek	Skor
1.	Butir-butir pernyataan telah mencakup unsur-unsur variabel yang ditanyakan	4
2.	Butir-butir pernyataan telah mencakup unsur-unsur sub variabel yang ditanyakan	4
3.	Seluruh indikator tercakup dalam pernyataan tiap butir pada data valensi	4

Adapun pada penilaian sikap tidak ada perbaikan yang disarankan reviewer ahli skala sikap Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd. karena butir-butir pernyataan sikap sudah sesuai, lengkap dan terperinci.

C. Uji Coba dan Revisi

Berikut ini hasil uji coba dan revisi model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK berbasis Pesantren.

1. Uji Coba Terbatas

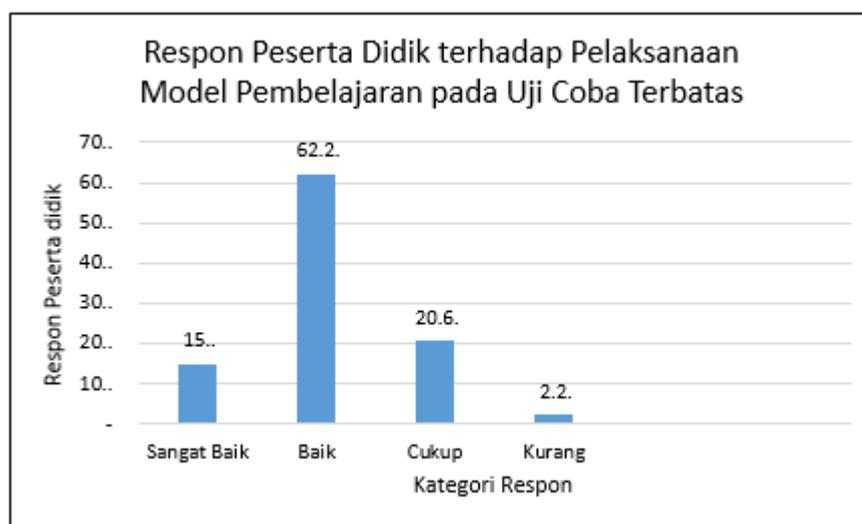
Setelah perangkat pembelajaran, materi pembelajaran dan skala sikap dilakukan perbaikan sesuai saran ahli baik ahli perangkat, ahli materi maupun ahli skala sikap, selanjutnya dilakukan uji selanjutnya yaitu uji coba terbatas yang dilaksanakan di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen pada tanggal 29 Juli 2023 dengan melibatkan 20 responden kelas 11 dan 1 guru *digital marketing*.

Berikut ini hasil data uji coba terbatas yang telah dilaksanakan di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen antara lain:

- a. Respon peserta didik terhadap pelaksanaan model pembelajaran yang dilakukan guru *digital marketing* pada uji coba terbatas (Lampiran 2a2)

Berdasarkan hasil perhitungan data terhadap pelaksanaan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* diperoleh rata-rata persentase untuk skala 4 sebesar 15%, skala 3 sebesar 62,2%, skala 2 sebesar 20,6%, dan skala 1 sebesar 2,2%. Dari rata-rata persentase tersebut bahwa rata-rata tertinggi berada pada skala 3 sebesar 62,2% yang berarti masuk kategori baik sehingga model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dapat digunakan sebagai model pembelajaran.

Adapun data tentang respon pelaksanaan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* pada uji coba terbatas dapat dilihat pada diagram batang berikut ini.



Gambar 4.1 Respon peserta didik terhadap pelaksanaan pembelajaran pada uji coba terbatas

Adapun secara rinci tabel distribusi frekuensi pada uji coba terbatas yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.6 Distribusi Respon Peserta didik pada Uji Coba Terbatas

Nomor Pernyataan	Respon							
	Sangat Baik	%	Baik	%	Cukup	%	Kurang	%
1	3	15.0	16	80.0	1	5.0	0	0.0
2	4	20.0	8	40.0	6	30.0	2	10.0
3	4	20.0	12	60.0	3	15.0	1	5.0
4	1	5.0	15	75.0	4	20.0	0	0.0
5	2	10.0	12	60.0	6	30.0	0	0.0
6	2	10.0	8	40.0	9	45.0	1	5.0
7	2	10.0	14	70.0	4	20.0	0	0.0
8	4	20.0	15	75.0	1	5.0	0	0.0
9	5	25.0	12	60.0	3	15.0	0	0.0
Jumlah		15.0		62.2		20.6		2.2

Sumber: Hasil olah data

Berdasarkan gambar 4.1 terlihat sebanyak 15% peserta didik memberikan respon sangat baik, 62,2% memberikan respon baik, 20,6 memberikan respon cukup dan tidak ada yang memberikan respon kurang. Secara lebih rinci respon peserta didik yang memberikan penilaian sangat baik paling banyak pada komponen guru mengulas kembali hasil pembelajaran, pada kategori baik paling banyak penilaian pada kejelasan guru memberikan tugas-tugas dalam pembelajaran, pada kategori cukup paling banyak pada konten materi pembelajaran menarik untuk didiskusikan, pada kategori kurang terdapat pada komponen ketepatan media/sarana yang digunakan dalam pembelajaran. Dengan demikian pada pelaksanaan uji coba terbatas secara umum dapat berjalan dengan baik sesuai hasil respon baik peserta didik.

- b. Hasil peneliti terhadap pelaksanaan model pembelajaran oleh guru *digital marketing* (Lampiran 2.a1)

Hasil observasi yang dilakukan peneliti terhadap pelaksanaan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dilaksanakan oleh guru model. Adapun guru model dilaksanakan oleh guru mata pelajaran *digital marketing* SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen yaitu Ibu Sri Puji Lestari, S.Pd. Aktifitas pembelajaran yang dilaksanakan oleh guru model hampir semuanya dalam kategori sangat baik diantaranya kejelasan guru dalam memberikan tugas-tugas dalam pembelajaran, ketepatan media atau sarana yang digunakan dalam pembelajaran, kecocokan konten materi, kejelasan konten

materi kejelasan dalam memberi contoh-contoh konkrit materi pembelajaran, memberi kesempatan bertanya kepada peserta didik, usaha memotivasi minat berwirausaha serta mengulas kembali hasil diskusi pembelajaran peserta didik. Sementara aktifitas guru model pembelajaran yang berada pada kategori baik berupa konten materi pembelajaran menarik untuk didiskusikan, sedangkan yang termasuk dalam kategori cukup, dan kurang tidak ada. Secara rinci observasi peneliti terhadap aktifitas model pembelajaran pada uji coba terbatas terlihat pada tabel 4.7 berikut ini.

Tabel 4.7 Hasil Peneliti Terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran

No	Aktifitas Guru	Ada	Tidak
A.	Tahap Pendahuluan		
1.	Salam pembuka	V	
2.	Pre test	V	
3.	Melakukan apersepsi	V	
B.	Tahap Inti		
1.	Guru memutar video tentang profil <i>digital entrepreneur</i> yang sukses	V	
2.	Peserta didik melakukan identifikasi setelah melihat yang diputar guru tentang <i>digital entrepreneur</i>	V	
3.	Peserta didik berdiskusi dan mengerjakan tugas kelompok tentang <i>digital entrepreneur</i> yang sukses setelah kelompok dibentuk guru	V	
4.	Peserta didik/kelompok mempresentasikan hasil pekerjaan/diskusi sesuai waktu yang diberikan guru		V
5.	Guru mendampingi pekerjaan/diskusi jika ada kesulitan	V	
C.	Tahap Akhir		
1.	Guru menginformasikan tentang tugas yang harus dikerjakan selanjutnya	V	
2.	Peserta didik atau kelompok yang baik dalam mengerjakan tugas diberi penghargaan oleh guru		V
D	Lain-lain		
1.	Kesesuaian konten materi dengan Modul Ajar	V	
2.	Guru menguasai sarana/media pembelajaran	V	
3.	Guru mampu mengelola kelas dengan baik	V	
4.	Guru mengajar tepat waktu	V	
5.	Aktifitas guru di kelas	V	

Berdasarkan tabel hasil pelaksanaan model *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* tersebut sebagian besar telah dilakukan, hanya ada beberapa aktifitas yang belum dilaksanakan diantaranya guru belum memberi kesempatan kepada peserta didik/kelompok untuk memaparkan menyampaikan hasil pekerjaan/diskusinya dan guru belum memberikan penghargaan kepada peserta didik yang baik dalam mengerjakan tugas.

- c. Hasil peneliti terhadap aktifitas peserta didik dalam mengikuti pembelajaran *digital marketing* (Lampiran 2.a3)

Berdasarkan hasil peneliti terhadap respon peserta didik terhadap pelaksanaan model pembelajaran dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut ini.

Tabel 4.8 Respon Peserta Didik terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran pada Uji Coba Terbatas

No	Aktifitas Peserta Didik	Skor
1.	Menjawab salam	4
2.	Menjawab <i>pre test</i>	3
3.	Menanggapi pertanyaan apersepsi	4
4.	Mendengarkan penjelasan guru	4
5.	Tertarik/termotivasi dengan penjelasan guru	3
6.	Aktif melakukan diskusi dengan kelompoknya	3
7.	Aktif bertanya kepada guru	3
8.	Berdiskusi kelompok dengan teman tentang materi <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> dengan bantuan guru	3
9.	Aktif melakukan pencarian, ide-ide tentang <i>digital marketing</i> dengan <i>digital entrepreneurship</i>	3
10.	Memaparkan hasil diskusi	3
11.	Menyusun urutan materi hasil diskusi	4
12.	Mencatat kesimpulan dari guru	3
13.	Menjawab <i>post test</i> di akhir pelajaran	3
	Skor diperoleh	43
	Skor maksimal	52
	Rata-rata Persentase	82,69

Berdasarkan hasil peneliti terhadap respon peserta didik terhadap pelaksanaan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* pada uji coba terbatas memperoleh nilai sebesar 82,69 %. Hal ini berarti termasuk dalam kategori baik.

d. Hasil peneliti sebagai partisipan dalam kegiatan pembelajaran

Secara umum respon peserta didik terhadap model pembelajaran yang dilaksanakan berjalan dengan baik.

e. Revisi desain hasil uji coba terbatas

Adapun masukan dari desain model pembelajaran yang dilakukan pada uji coba terbatas sebagai berikut.

1) ATP

Pada ATP masih tertulis bisnis online, sebaiknya disesuaikan dengan capaian pembelajaran dan tujuan pembelajaran berupa *digital marketing*.

2) Modul Ajar

Konten materi pada modul ajar 1 masih tertulis bisnis online, sebaiknya disesuaikan dengan capaian pembelajaran dan tujuan pembelajaran berupa *digital marketing*.

3) Buku Panduan Guru dan Peserta Didik

Adapun revisi yang perlu dilakukan berdasarkan saran-saran pada uji coba terbatas diantaranya:

(a) Cover buku panduan guru dan peserta didik tertulis bisnis online, sebaiknya disesuaikan dengan ATP dan modul ajar berupa *digital marketing*.

(b) Pada petunjuk guru no. 6 kalimat sebaiknya direvisi.

(c) Pada daftar isi belum ada nomor halaman.

(d) Pada header masih tertulis bisnis online, sebaiknya disesuaikan dengan *digital marketing*.

(e) Pada bab III bagian tujuan pembelajaran perlu disesuaikan dengan materi pelajaran.

Pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* pada uji coba terbatas ditekankan pada ATP, Modul ajar, buku panduan guru dan peserta didik. Pada ATP yang dilakukan uji coba telah disesuaikan dengan kurikulum merdeka yang memuat: 1) kesesuaian capaian

pembelajaran dengan tujuan pembelajaran; 2) capaian pembelajaran dan tujuan pembelajaran sudah menunjukkan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*; 3) kesesuaian antara tujuan pembelajaran dengan konten materi; 4) konsistensi antara elemen pembelajaran dengan tujuan pembelajaran; 5) aspek keterpaduan antara elemen *digital marketing* dengan *digital entrepreneurship* terwadahi pada skenario pembelajaran; 6) skenario pembelajaran sesuai konten materi yang ditawarkan; 7) bentuk instrumen asesmen sesuai dengan tujuan pembelajaran; 8) instrumen penilaiannya dapat mengukur pencapaian tujuan pembelajaran; 9) alokasi waktu yang disediakan dalam ATP sesuai dengan keluasan konten materi; dan 10) sumber belajar/ referensi memenuhi syarat sebagai rujukan dalam pembelajaran.

Adapun modul ajar yang diuji cobakan secara terbatas memuat: 1) informasi umum memuat identitas satuan pendidikan, kompetensi awal; 2) profil pelajar pancasila, sarana dan prasarana, target peserta didik, model pembelajaran dan metode pembelajaran; 3) tujuan pembelajaran menjelaskan konsep *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*; 4) pemahaman bermakna meliputi konsep *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dan etika warga internet; 5) pertanyaan pemantik berupa mengapa *digital marketing* ini begitu populer sekarang? sebenarnya apa alasan perlunya *digital marketing*?; 6) persiapan pembelajaran; 7) kegiatan pembelajaran meliputi pendahuluan, inti dan penutup; 8) asesmen meliputi asesmen sikap, keterampilan dan pengetahuan; 9) pengayaan dan remedial dan 10) lampiran-lampiran.

Pada modul ajar baik guru maupun peserta didik yang diujicobakan secara terbatas memuat: 1) halaman cover; 2) latar belakang penulisan; 3) maksud dan tujuan; 4) petunjuk penggunaan buku panduan guru/ peserta didik; 5) kata pengantar; 6) daftar isi; 7) bagian inti; 8) asesmen sumatif dan 9) daftar pustaka dan biodata penulis.

Setelah model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dilakukan uji coba terbatas diperoleh hasil respon berikut.

- 1) Respon peserta didik terhadap pelaksanaan model pembelajaran yang dilakukan guru *digital marketing* pada uji coba terbatas diperoleh rata-rata persentase

untuk skala 4 sebesar 15%, skala 3 sebesar 62,2%, skala 2 sebesar 20,6%, dan skala 1 sebesar 2,2%. Dari rata-rata persentase tersebut bahwa rata-rata tertinggi berada pada skala 3 sebesar 62,2% yang berarti masuk kategori baik sehingga model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dapat digunakan sebagai model pembelajaran *digital marketing*.

- 2) Hasil peneliti terhadap pelaksanaan model pembelajaran oleh guru *digital marketing* guru model. Adapun guru model dilaksanakan oleh guru *digital marketing* SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen yaitu Ibu Sri Puji Lestari, S.Pd. Aktifitas pembelajaran yang dilaksanakan oleh guru model hampir semuanya dalam kategori baik sekali diantaranya kejelasan guru dalam memberikan tugas-tugas dalam pembelajaran, ketepatan media atau sarana yang digunakan dalam pembelajaran, kecocokan konten materi, kejelasan konten materi kejelasan dalam memberi contoh-contoh konkrit materi pembelajaran, memberi kesempatan bertanya kepada peserta didik, usaha memotivasi minat berwirausaha serta mengulas kembali hasil diskusi pembelajaran peserta didik. Sementara aktifitas guru model pembelajaran yang berada pada kategori baik berupa konten materi pembelajaran menarik untuk didiskusikan, sedangkan yang termasuk dalam kategori cukup, dan kurang tidak ada.
- 3) Hasil peneliti terhadap aktifitas peserta didik dalam mengikuti pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* pada uji coba terbatas memperoleh nilai sebesar 82,69 %. Hal ini berarti termasuk dalam kategori baik.
- 4) Hasil peneliti sebagai partisipan dalam kegiatan pembelajaran, secara umum respon peserta didik terhadap model pembelajaran yang dilaksanakan berjalan dengan baik.
- 5) Revisi desain hasil uji coba terbatas diantaranya pada ATP masih tertulis bisnis online, sebaiknya disesuaikan dengan capaian pembelajaran dan tujuan pembelajaran berupa *digital marketing*, pada modul ajar berupa konten materi pada modul ajar 1 masih tertulis bisnis online, sebaiknya disesuaikan dengan capaian pembelajaran dan tujuan pembelajaran berupa *digital marketing*,

sedangkan pada buku panduan guru dan peserta didik perlu dilakukan perbaikan pada cover buku panduan guru dan peserta didik tertulis bisnis online dan sebaiknya disesuaikan dengan ATP dan modul ajar berupa *digital marketing*. Selain itu pada buku pada petunjuk guru no. 6 kalimat sebaiknya direvisi, pada daftar isi belum ada nomor halaman, pada header masih tertulis bisnis online, sebaiknya disesuaikan *digital marketing*, dan pada bab III bagian tujuan pembelajaran perlu disesuaikan dengan materi pelajaran.

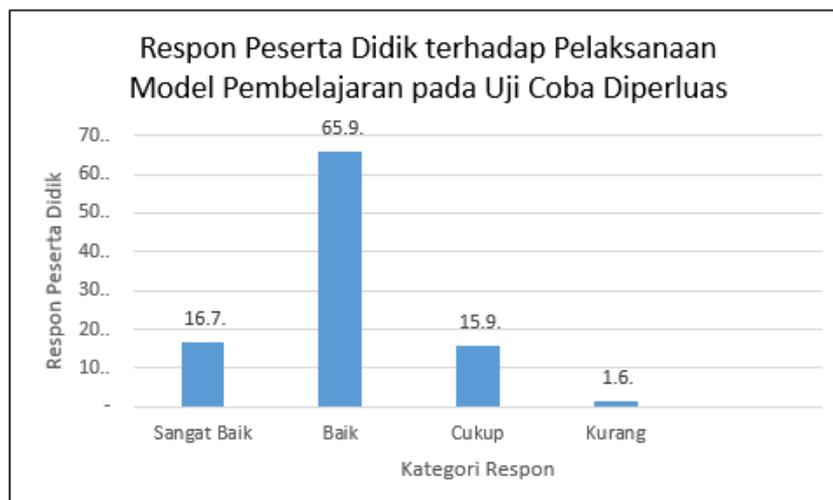
2. Uji Coba Diperluas

Adapun pelaksanaan *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* pada uji coba diperluas dilaksanakan di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes tanggal 9 Agustus 2023 dengan melibatkan 14 responden kelas 11 program keahlian pemasaran dan 1 guru *digital marketing* dengan hasil sebagai berikut:

- a. Respon peserta didik terhadap pelaksanaan model pembelajaran yang dilakukan guru *digital marketing* pada uji coba diperluas (Lampiran 2.b2)

Berdasarkan hasil perhitungan data pada uji coba diperluas yang dilaksanakan di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes diperoleh data respon pelaksanaan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* oleh peserta didik diperoleh rata-rata persentase untuk skala 4 sebesar 16,7%, skala 3 sebesar 65,9%, skala 2 sebesar 15,9%, dan skala 1 sebesar 1,6%. Dari rata-rata persentase tersebut bahwa rata-rata tertinggi berada pada skala 3 sebesar 65,9% yang berarti masuk kategori baik sehingga model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dapat digunakan sebagai model pembelajaran *digital marketing*.

Adapun data tentang respon peserta didik terhadap pelaksanaan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* pada uji coba diperluas terlihat pada gambar 4.2 berikut.



Gambar 4.2 Respon peserta didik terhadap pelaksanaan pembelajaran pada uji coba diperluas

Adapun secara rinci tabel distribusi respon peserta didik frekuensi terlihat pada tabel 4.9 berikut.

Tabel 4.9. Distribusi Respon Peserta didik pada Uji Coba Diperluas

Nomor Pernyataan	Respon							
	Sangat Baik	%	Baik	%	Cukup	%	Kurang	%
1	4	28.6	10	71.4	0	0.0	0	0.0
2	3	21.4	7	50.0	4	28.6	0	0.0
3	2	14.3	11	78.6	1	7.1	0	0.0
4	2	14.3	12	85.7	0	0.0	0	0.0
5	1	7.1	12	85.7	1	7.1	0	0.0
6	2	14.3	4	28.6	7	50.0	1	7.1
7	3	21.4	6	42.9	5	35.7	0	0.0
8	2	14.3	11	78.6	0	0.0	1	7.1
9	2	14.3	10	71.4	2	14.3	0	0.0
Jumlah		16.7		65.9		15.9		1.6

Sumber: Hasil olah data

Pada tabel 4.9 tersebut terlihat respon peserta didik yang memberikan respon sangat baik berada pada nomor pernyataan 1 sebanyak 4 respon sebesar 28,6%, pada kategori cukup berada pada nomor pernyataan nomor 6 dengan respon sebanyak 7 respon atau sebesar 50%, pada kategori respon kurang berada pada nomor pernyataan 4 dan 5, masing-masing sebesar 12 respon atau sebesar 85,7%. Sementara yang memberikan respon cukup pada pernyataan nomor 6 dan 8 masing-masing sebanyak 1 respon dengan persentase sebesar 7,1.

- b. Hasil peneliti terhadap pelaksanaan model pembelajaran oleh guru *digital marketing* pada uji coba diperluas (Lampiran 2b.1)

Hasil observasi yang dilakukan peneliti terhadap pelaksanaan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* pada uji coba diperluas dilaksanakan oleh guru model. Adapun guru model dilaksanakan oleh guru mata pelajaran *digital marketing* SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes oleh Ibu Siti Mu'alifah, S.E. Aktifitas pembelajaran yang dilaksanakan oleh guru model hampir semuanya dalam kategori sangat baik diantaranya kejelasan guru dalam memberikan tugas-tugas dalam pembelajaran, ketepatan media atau sarana yang digunakan dalam pembelajaran, kecocokan konten materi, kejelasan konten materi kejelasan dalam memberi contoh-contoh konkrit materi pembelajaran, memberi kesempatan bertanya kepada peserta didik, usaha memotivasi minat berwirausaha serta mengulas kembali hasil diskusi pembelajaran peserta didik. Sementara aktifitas guru model pembelajaran yang berada pada kategori baik berupa konten materi pembelajaran menarik untuk didiskusikan, sedangkan yang termasuk dalam kategori cukup dan kurang tidak ada. Secara rinci observasi peneliti terhadap aktifitas model pembelajaran pada uji coba diperluas terlihat pada tabel 4.10 berikut.

Tabel 4.10 Hasil peneliti terhadap pelaksanaan model pembelajaran

No	Aktifitas Guru	Ada	Tidak
A.	Tahap Pendahuluan		
1.	Salam pembuka	V	
2.	<i>Pre test</i>	V	
3.	Melakukan apersepsi	V	
B.	Tahap Inti		
1.	Guru memutar video tentang profil <i>digital entrepreneur</i> yang sukses	V	
2.	Peserta didik melakukan identifikasi setelah melihat yang diputar guru tentang <i>digital entrepreneur</i>	V	
3.	Peserta didik berdiskusi dan mengerjakan tugas kelompok tentang <i>digital entrepreneur</i> yang sukses setelah kelompok dibentuk guru	V	
4.	Peserta didik/kelompok mempresentasikan hasil pekerjaan/diskusi sesuai waktu yang diberikan guru	V	
5.	Guru mendampingi pekerjaan/diskusi jika ada kesulitan	V	

No	Aktifitas Guru	Ada	Tidak
C.	Tahap Akhir		
1.	Guru menginformasikan tentang tugas yang harus dikerjakan selanjutnya	V	
2.	Peserta didik atau kelompok yang baik dalam mengerjakan tugas diberi penghargaan oleh guru		V
D	Lain-lain		
1.	Kesesuaian konten materi dengan Modul Ajar	V	
2.	Guru menguasai sarana/media pembelajaran	V	
3.	Guru mampu mengelola kelas dengan baik	V	
4.	Guru mengajar tepat waktu	V	
5.	Aktifitas guru di kelas	V	

Berdasarkan tabel 4.10 hasil pelaksanaan model tersebut sebagian besar telah dilakukan dengan baik, hanya ada beberapa aktifitas yang belum dilaksanakan berupa peserta didik atau kelompok yang baik dalam mengerjakan tugas belum diberi penghargaan oleh guru.

- c. Hasil peneliti terhadap aktifitas peserta didik dalam mengikuti pembelajaran *digital marketing* pada uji coba diperluas (Lampiran 2b.c)

Berdasarkan uji coba diperluas hasil observasi peneliti terhadap aktifitas peserta didik terhadap pelaksanaan model pembelajaran terlihat pada tabel 4.11 berikut.

Tabel 4.11 Respon Peserta Didik terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran pada Uji Coba Diperluas

No	Aktifitas Peserta Didik	Skor
1.	Menjawab salam	4
2.	Menjawab pre test	3
3.	Menanggapi pertanyaan apersepsi	4
4.	Mendengarkan penjelasan guru	4
5.	Tertarik/termotivasi dengan penjelasan guru	4
6.	Aktif melakukan diskusi dengan kelompoknya	4
7.	Aktif bertanya kepada guru	4
8.	Berdiskusi kelompok dengan teman tentang materi <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> dengan bantuan guru	3
9.	Aktif melakukan pencarian, ide-ide tentang bisnis online dengan <i>digital entrepreneurship</i>	3
10.	Memaparkan hasil diskusi	3
11.	Menyusun urutan materi hasil diskusi	4

No	Aktifitas Peserta Didik	Skor
12.	Mencatat kesimpulan dari guru	4
13.	Menjawab post tes di akhir pelajaran	3
	Skor diperoleh	47
	Skor maksimal	52
	Rata-rata Persentase	90,38

Berdasarkan hasil peneliti terhadap respon peserta didik terhadap pelaksanaan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* pada uji coba diperluas memperoleh nilai 58 atau 90,38% Hal ini berarti termasuk dalam kategori baik.

d. Hasil peneliti sebagai partisipan dalam kegiatan pembelajaran

Secara umum respon peserta didik terhadap model pembelajaran yang dilaksanakan berjalan dengan baik.

e. Revisi desain hasil uji coba diperluas

Adapun masukan dari desain model pembelajaran yang dilakukan pada uji coba diperluas sebagai berikut.

1) ATP

Pada ATP sudah baik dan sesuai dengan kurikulum merdeka yang berlaku.

2) Modul Ajar

Pada modul ajar perlu disesuaikan sarana dan prasarana yang digunakan, jika tidak diperlukan sebaiknya dihilangkan saja.

3) Buku Panduan Guru dan Peserta Didik

Adapun revisi yang perlu dilakukan berdasarkan saran-saran pada uji coba terbatas diantaranya:

(1) Pada cover buku panduan guru dan peserta didik sebaiknya diberi Program Keahlian Pemasaran

(2) Pada soal asesmen sumatif soal pilihan ganda nomor 1 terdapat soal yang berkaitan bisnis online, sebaiknya diganti dengan *digital marketing*.

Pelaksanaan uji coba terbatas dilakukan di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes pada tanggal 9 Agustus 2023 dengan melibatkan responden sebanyak 16 peserta didik dan 1 guru model. Secara umum uji coba diperluas dilakukan dengan

cara yang sama, hanya saja ada perbedaan dari segi konten materi yang disajikan berupa analisa data digital. Sementara pada uji coba terbatas konten materi yang diujicobakan berupa konsep *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*. Adapun hasil pelaksanaan uji coba diperluas dapat dilihat dari hasil respon berikut ini.

- 1) Respon peserta didik terhadap pelaksanaan model pembelajaran yang dilakukan guru digital marketing pada uji coba diperluas diperoleh rata-rata persentase untuk skala 4 sebesar 16,7%, skala 3 sebesar 65,9%, skala 2 sebesar 15,9%, dan skala 1 sebesar 1,6%. Dari rata-rata persentase tersebut bahwa rata-rata tertinggi berada pada skala 3 sebesar 65,9% yang berarti masuk kategori baik sehingga model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dapat digunakan sebagai model pembelajaran *digital marketing*.
- 2) Hasil peneliti terhadap pelaksanaan model pembelajaran oleh guru *digital marketing* pada uji coba diperluas dilaksanakan oleh guru model hampir semuanya dalam kategori sangat baik diantaranya kejelasan guru dalam memberikan tugas-tugas dalam pembelajaran, ketepatan media atau sarana yang digunakan dalam pembelajaran, kecocokan konten materi, kejelasan konten materi kejelasan dalam memberi contoh-contoh konkrit materi pembelajaran, memberi kesempatan bertanya kepada peserta didik, usaha memotivasi minat berwirausaha serta mengulas kembali hasil diskusi pembelajaran peserta didik. Namun demikian ada beberapa aktifitas yang belum dilaksanakan berupa guru belum memberikan penghargaan kepada kelompok peserta didik yang baik dalam mengerjakan tugas.
- 3) Hasil peneliti terhadap aktifitas peserta didik dalam mengikuti pembelajaran *digital marketing* pada uji coba diperluas memperoleh nilai 47 atau 90,38% Hal ini berarti termasuk dalam kategori baik.
- 4) Hasil peneliti sebagai partisipan dalam kegiatan pembelajaran, secara umum respon peserta didik terhadap model pembelajaran yang dilaksanakan berjalan dengan baik
- 5) Revisi desain hasil uji coba diperluas diantaranya pada ATP sudah baik dan sesuai dengan kurikulum merdeka yang berlaku, Pada modul ajar perlu

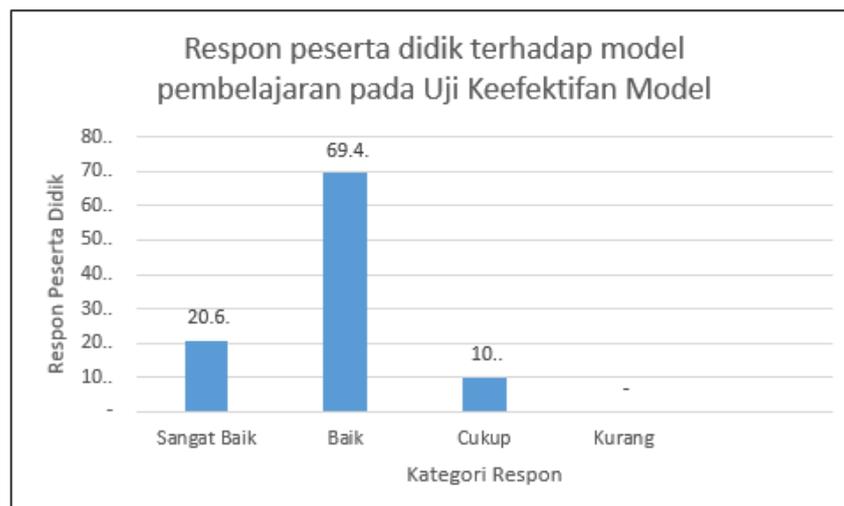
disesuaikan sarana dan prasarana yang digunakan, jika tidak diperlukan sebaiknya dihilangkan saja, Buku Panduan Guru dan Peserta Didik diantaranya: cover buku panduan guru dan peserta didik sebaiknya diberi program keahlian Pemasaran dan soal asesmen sumatif soal pilihan ganda nomor 1 terdapat soal yang berkaitan bisnis online, sebaiknya diganti dengan digital marketing.

3. Uji Keefektifan Model

Adapun pelaksanaan uji keefektifan model dilaksanakan di SMK Ma'arif NU 1 Bener, Purworejo, Jawa Tengah pada tanggal 24 Agustus 2023 dengan melibatkan dua kelas XI yang masing-masing berjumlah 20 peserta didik untuk kelas 11 Pemasaran A dan kelas 11 Pemasaran B sebanyak 24 siswa serta 1 guru *digital marketing*. Setelah dilakukan uji keefektifan model di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo diperoleh data berikut.

- a. Respon peserta didik terhadap pelaksanaan model pembelajaran yang dilakukan guru *digital marketing* pada uji keefektifan model (Lampiran 2c.2)

Berdasarkan hasil perhitungan data respon peserta didik terhadap pelaksanaan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* pada uji coba keefektifan model diperoleh rata-rata persentase untuk skala 4 sebesar 20,6%, skala 3 sebesar 69,4%, skala 2 sebesar 10%, dan skala 1 sebesar 0%. Dari rata-rata persentase tersebut bahwa rata-rata tertinggi berada pada skala 3 sebesar 69,4% yang berarti masuk kategori baik sehingga model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dapat digunakan sebagai model pembelajaran. Adapun data tentang respon peserta didik terhadap pelaksanaan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* pada uji keefektifan model terlihat pada gambar 4.3 berikut.



Gambar 4.3 Respon peserta didik terhadap pelaksanaan pembelajaran pada uji keefektifan model

Adapun secara rinci tabel distribusi Respon Peserta didik pada uji keefektifan model pada uji keefektifan model terlihat pada tabel 4.12 berikut.

Tabel 4.12. Distribusi Respon Peserta didik pada Uji Keefektifan Model

Nomor Pernyataan	Respon							
	Sangat Baik	%	Baik	%	Cukup	%	Kurang	%
1	10	50.0	10	50.0	0	0.0	0	0.0
2	2	10.0	16	80.0	2	10.0	0	0.0
3	5	25.0	14	70.0	1	5.0	0	0.0
4	5	25.0	14	70.0	1	5.0	0	0.0
5	4	20.0	13	65.0	3	15.0	0	0.0
6	4	20.0	14	70.0	2	10.0	0	0.0
7	1	5.0	16	80.0	3	15.0	0	0.0
8	2	10.0	15	75.0	3	15.0	0	0.0
9	4	20.0	13	65.0	3	15.0	0	0.0
Jumlah		20.6		69.4		10.0		0.0

Sumber: Hasil olah data

Pada tabel 4.12 terlihat sebanyak 20,6% peserta didik memberikan respon sangat baik, 69,4% memberikan respon baik, 10% memberikan respon cukup dan tidak ada yang memberikan respon kurang. Secara lebih rinci respon peserta didik yang memberikan penilaian sangat baik paling banyak pada nomor pernyataan 1 dengan 10 respon atau sebesar 50%, respon baik paling banyak berada pada nomor pernyataan 2 dan 6 masing masing sebanyak 16 responden

atau sebesar 80%, respon cukup berada pada nomor pernyataan 4, 7, 8 dan 9 masing masing sebanyak 3 respon atau sebesar 15%.

- b. Hasil peneliti terhadap pelaksanaan model pembelajaran oleh guru *digital marketing* (Lampiran 2c.1)

Hasil observasi yang dilakukan peneliti terhadap pelaksanaan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* pada uji keefektifan model dilaksanakan oleh guru model. Adapun guru model dilaksanakan oleh guru mata pelajaran *digital marketing* SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo yaitu Ibu Arum Handayani, S.Pd. Aktifitas pembelajaran yang dilaksanakan oleh guru model hampir semuanya dalam kategori sangat baik diantaranya kejelasan guru dalam memberikan tugas-tugas dalam pembelajaran, ketepatan media atau sarana yang digunakan dalam pembelajaran, kecocokan konten materi, kejelasan konten materi kejelasan dalam memberi contoh-contoh konkrit materi pembelajaran, memberi kesempatan bertanya kepada peserta didik, usaha memotivasi minat berwirausaha serta mengulas kembali hasil diskusi pembelajaran peserta didik. Sementara aktifitas guru model pembelajaran yang berada pada kategori baik berupa konten materi pembelajaran menarik untuk didiskusikan, sedangkan yang termasuk dalam kategori cukup dan kurang tidak ada. Secara rinci hasil peneliti terhadap terhadap aktifitas model pembelajaran terlihat pada tabel 4.13 berikut.

Tabel 4.13 Hasil peneliti terhadap pelaksanaan model pembelajaran pada Uji Keefektifan Model

No	Aktifitas Guru	Ada	Tidak
A.	Tahap Pendahuluan		
1.	Salam pembuka	V	
2.	Pre test	V	
3.	Melakukan apersepsi	V	
B.	Tahap Inti		
1.	Guru memutar video tentang profil <i>digital entrepreneur</i> yang sukses	V	
2.	Peserta didik melakukan identifikasi setelah melihat yang diputar guru tentang <i>digital entrepreneur</i>	V	
3.	Peserta didik berdiskusi dan mengerjakan tugas kelompok tentang <i>digital entrepreneur</i> yang sukses setelah kelompok dibentuk guru	V	

No	Aktifitas Guru	Ada	Tidak
4.	Peserta didik/kelompok mempresentasikan hasil pekerjaan/diskusi sesuai waktu yang diberikan guru	V	
5.	Guru mendampingi pekerjaan/diskusi jika ada kesulitan	V	
C.	Tahap Akhir		
1.	Guru menginformasikan tentang tugas yang harus dikerjakan selanjutnya	V	
2.	Peserta didik atau kelompok yang baik dalam mengerjakan tugas diberi penghargaan oleh guru	V	
D	Lain-lain		
1.	Kesesuaian konten materi dengan Modul Ajar	V	
2.	Guru menguasai sarana/media pembelajaran	V	
3.	Guru mampu mengelola kelas dengan baik	V	
4.	Guru mengajar tepat waktu	V	
5.	Aktifitas guru di kelas	V	

Berdasarkan tabel 4.13 hasil pelaksanaan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* pada uji keefektifan model telah dilaksanakan semuanya dengan baik.

- c. Hasil peneliti terhadap aktifitas peserta didik dalam mengikuti pembelajaran *digital marketing* pada uji keefektifan model (Lampiran 2c.3)

Berdasarkan uji keefektifan model bahwa hasil observasi peneliti terhadap respon peserta didik terhadap pelaksanaan model pembelajaran terlihat pada tabel 4.14 berikut.

Tabel 4.14 Respon Peserta Didik terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran pada Uji Keefektifan Model

No	Aktifitas Peserta Didik	Skor
1.	Menjawab salam	4
2.	Menjawab pre test	4
3.	Menanggapi pertanyaan apersepsi	4
4.	Mendengarkan penjelasan guru	4
5.	Tertarik/termotivasi dengan penjelasan guru	4
6.	Aktif melakukan diskusi dengan kelompoknya	4
7.	Aktif bertanya kepada guru	4
8.	Berdiskusi kelompok dengan teman tentang materi <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> dengan bantuan guru	4
9.	Aktif melakukan pencarian, ide-ide tentang <i>digital marketing</i> dengan <i>digital entrepreneurship</i>	3
10.	Memaparkan hasil diskusi	3
11.	Menyusun urutan materi hasil diskusi	3

No	Aktifitas Peserta Didik	Skor
12.	Mencatat kesimpulan dari guru	4
13.	Menjawab post tes di akhir pelajaran	4
	Skor diperoleh	49
	Skor maksimal	52
	Rata-rata Persentase	94,23

Berdasarkan hasil observasi peneliti terhadap respon peserta didik terhadap pelaksanaan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* pada uji keefektifan model memperoleh nilai 94,23 %. Hal ini berarti masuk dalam kategori sangat baik.

d. Hasil peneliti sebagai partisipan dalam kegiatan pembelajaran

Secara umum respon peserta didik terhadap model pembelajaran yang dilaksanakan berjalan dengan sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari respon peserta didik yang sangat baik dalam menyimak dan mendengarkan penjelasan dari peneliti selaku partisipan. Selain itu peserta didik juga sangat aktif, terlihat dari respon untuk bertanya terhadap pembelajaran.

e. Revisi desain hasil uji coba terbatas

Adapun masukan dari desain model pembelajaran yang dilakukan pada uji keefektifan model sebagai berikut.

- a) ATP, sudah bagus dan lengkap.
- b) Modul Ajar, sudah bagus dan lengkap
- c) Buku Panduan Guru dan Peserta Didik

Adapun revisi yang perlu dilakukan berdasarkan saran-saran pada uji coba terbatas diantaranya:

- a) Isi materi sudah bagus dan lengkap, memudahkan peserta didik untuk praktek mandiri.
- b) Buku panduan guru dan peserta didik belum ada halaman di daftar isi.
- c) Halaman yang ada di buku panduan guru dan peserta didik tidak sama.

Uji Keefektifan Model dilaksanakan di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo pada tanggal 24 Agustus 2023 dilakukan pada kelas yang berbeda sebanyak 2 (dua) kelas yaitu kelas eksperimen dengan 20 responden dan kelas kontrol sebanyak 22 responden. Adapun hasil uji keefektifan model dapat dilihat dari hasil respon berikut ini.

- 1) Respon peserta didik terhadap pelaksanaan model pembelajaran yang dilakukan guru *digital marketing* pada uji keefektifan model diperoleh rata-rata persentase untuk skala 4 sebesar 20,6%, skala 3 sebesar 69,4%, skala 2 sebesar 10%, dan skala 1 sebesar 0%. Dari rata-rata persentase tersebut bahwa rata-rata tertinggi berada pada skala 3 sebesar 69,4% yang berarti masuk kategori baik sehingga model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dapat digunakan sebagai model pembelajaran *digital marketing*.
- 2) Hasil peneliti terhadap pelaksanaan model pembelajaran oleh guru *digital marketing* bahwa hampir semua aktifitas pembelajaran yang dilaksanakan dalam kategori sangat baik diantaranya: kejelasan guru dalam memberikan tugas-tugas dalam pembelajaran, ketepatan media atau sarana yang digunakan dalam pembelajaran, kecocokan konten materi, kejelasan konten materi kejelasan dalam memberi contoh-contoh konkrit materi pembelajaran, memberi kesempatan bertanya kepada peserta didik, usaha memotivasi minat berwirausaha serta mengulas kembali hasil diskusi pembelajaran peserta didik. Sementara aktifitas guru model pembelajaran yang berada pada kategori baik berupa konten materi pembelajaran menarik untuk didiskusikan, sedangkan yang termasuk dalam kategori cukup dan kurang tidak ada. Jadi berdasarkan pelaksanaan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* pada uji keefektifan model telah dilaksanakan semuanya dengan baik.
- 3) Hasil peneliti terhadap aktifitas peserta didik dalam mengikuti pembelajaran *digital marketing* pada uji keefektifan model memperoleh nilai 94,23 % sehingga dapat dikategorikan Sangat Baik.
- 4) Hasil peneliti sebagai partisipan dalam kegiatan pembelajaran, secara umum respon peserta didik terhadap model pembelajaran yang dilaksanakan berjalan dengan sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari respon peserta didik yang sangat baik dalam menyimak dan mendengarkan penjelasan dari peneliti selaku partisipan. Selain itu peserta didik juga sangat aktif, terlihat dari respon untuk bertanya terhadap pembelajaran.
- 5) Hasil uji coba terbatas pada ATP, sudah bagus dan lengkap, modul ajar, sudah bagus dan lengkap. Sedangkan pada buku panduan pada isi materi sudah bagus

dan lengkap, memudahkan peserta didik untuk praktek mandiri. Namun ada yang perlu disesuaikan pada buku panduan guru dan peserta didik belum ada halaman di daftar isi dan halaman yang ada di buku panduan guru dan peserta didik tidak sama.

f. Hasil Uji T-Test (Lampiran 2d)

Pelaksanaan *pre test* dan *post test* model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dilaksanakan di SMK Ma'arif NU 1 Purworejo. Adapun responden yang dijadikan kelas eksperimen adalah kelas 11 Pemasaran A yang berjumlah 20 responden, sedangkan kelas kontrol adalah kelas 11 Pemasaran B yang berjumlah 24 responden yang ada pada semester 1 tahun pelajaran 2023/2024 yang dilaksanakan pada tanggal 24 Agustus 2023. Adapun tujuan dari pelaksanaan Uji T-Test untuk mengetahui apakah ada perbedaan antara minat berwirausaha peserta didik sebelum dan sesudah mengikuti pelajaran dengan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*. Perbedaan minat peserta didik ini adalah tingkat minat berwirausaha peserta didik sebagai pengaruh dilaksanakannya model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo, selanjutnya dilakukan pengolahan data menggunakan SPSS Versi 25. Adapun hasil uji T-Test dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut ini.

Tabel 4.15 Uji T-Test

Group Statistics					
	Kelas	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
NGain_Percent	1	20	64,2503	11,25099	2,51580
	2	24	25,6664	10,57075	2,15775

Independent Samples Test											
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper	
NGain_Percent	Equal variances assumed	,430	,516	11,709	42	,000	38,58393	3,29522	31,93392	45,23395	
	Equal variances not assumed			11,641	39,554	,000	38,58393	3,31438	31,88297	45,28490	

Berdasarkan tabel tersebut diatas diperoleh kesimpulan bahwa : Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya terdapat perbedaan yang signifikan antara kelas eksperimen dengan kelas kontrol. Namun jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti terdapat perbedaan yang tidak signifikan. Adapun tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% sehingga tingkat signifikansi (α) sebesar $100\% - 95\% = 5\%$ atau 0,05. Selanjutnya dilakukan pengujian dua sisi berikut, maka $\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$, dengan derajat kebebasan (df) = 42. $T_{tabel}(\alpha/2; df) = T_{tabel}(0,025; 42) = 2,01808$. $t_{hitung} = 11,709$. $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga $11,709 > 2,01808$.

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat diartikan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara gain skor kelas eksperimen dengan gain skor kelas kontrol. Adapun rata-rata gain skor kelas eksperimen sebesar 64,2503 lebih besar daripada rata-rata gain skor kelas kontrol sebesar 25,6664. Oleh karena itu, dari hasil perhitungan tersebut diketahui terjadi kenaikan pada kelas eksperimen sebesar 64,2503 sedangkan pada kelas kontrol terjadi kenaikan 25,6664. Hal ini menunjukkan bahwa kelas dengan pembelajaran model *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* lebih berhasil dibandingkan kelas biasa. Berdasarkan kategori tafsiran efektifitas N-Gain bahwa nilai persentase 64,2503% masuk pada kategori 56-75% dan ditafsirkan Cukup efektif.

D. Analisis Produk Akhir

Setelah melalui proses penelitian yang panjang, sampailah pada tahap analisis produk akhir. Produk akhir yang dihasilkan pada penelitian ini diawali dari berbagai permasalahan yang melatarbelakangi pentingnya pengembangan pembelajaran *digital marketing* di Indonesia khususnya pada jenjang Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) agar mampu mencetak peserta didik yang memiliki keterampilan, disiplin, handal, produktif dan profesional dibidangnya. Oleh karena itu, proses pembelajaran *digital marketing* perlu dilakukan sesuai perkembangan teknologi digital yang semakin meningkat dan berubah sebagai bekal keterampilan peserta didik untuk bisa hidup mandiri melalui wirausaha. Selain itu semakin banyaknya peraturan pemerintah menunjukkan bahwa pembelajaran *digital marketing* memiliki peran penting untuk diberikan di jenjang SMK dengan tujuan

peningkatan keterampilan dan kemandirian peserta didik sehingga proses pembelajaran perlu dilakukan secara baik dan berkualitas agar tujuan pembelajaran dapat tercapai secara optimal.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa nilai-nilai kewirausahaan yang ditanamkan kepada peserta didik melalui pembelajaran *digital marketing* masih rendah dalam meningkatkan minat berwirausaha. Hal ini sesuai hasil penelitian Dewi Afriyanti menunjukkan bahwa penanaman nilai kewirausahaan masih rendah sehingga perlu diberikan pemahaman wirausaha digital dari mulai cara memulai bisnis digital, pemahaman tantangan dan ancaman dalam bisnis digital, serta pemahaman tentang menarik minat calon konsumen.

Pentingnya penelitian ini juga didasarkan pada data detik.com bahwa terjadi kenaikan pengguna internet dari awal tahun 2022 sebesar 5,2% atau sekitar 10 juta pengguna baru. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pengguna internet sangat pesat namun belum mampu dikembangkan untuk kegiatan wirausaha digital. Selain itu berbagai kategori *digital marketing* saat ini banyak dan terus bermunculan. Hal ini sesuai pendapat Agus Piranhas yang mengemukakan 11 (sebelas) kategori *digital marketing* untuk mengembangkan *digital marketing*. Namun demikian pada kenyataannya belum banyak digunakan sebagai media untuk berwirausaha digital khususnya kategori blog atau website dan media sosial seperti Facebook, Instagram, Youtube dan TikTok. Oleh karena itu, diperlukan cara untuk memanfaatkan internet sebagai media *digital marketing*.

Adapun pembelajaran *digital marketing* yang dilakukan di SMK berbasis Pesantren di Kabupaten Kebumen, Brebes dan Purworejo, khususnya pada praktek cara membuat website dan media sosial belum menggunakan menerapkan kaidah kata kunci seperti yang diterapkan pada dunia usaha/dunia industri seperti nama akun yang digunakan masih menggunakan akun pribadi bukan akun bisnis. Selain itu, deskripsi pembuatan artikel *website* dan media sosial belum didasarkan pada konsep AIDA dan *copywriting*, menerapkan hashtag, tag dan lokasi target kota atau wilayah yang dituju. Berdasarkan temuan pada proses pembelajaran *digital marketing* tersebut, perlu ada model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital*

entrepreneurship agar berfungsi sebagai cara untuk menguasai halaman utama (*page one*) di mesin pencari (*search engine*).

Untuk membuat pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* lebih optimal khususnya untuk membuat konten sesuai konsep AIDA (Raissa Nathania, 2023) perlu memperhatikan konsep AIDA berikut ini.

a) *Awareness* (Kesadaran/Daya Tarik)

Tahap *Awareness* adalah tahap penciptaan kesadaran pengguna atau konsumen agar tertarik terhadap merk produk dan jasa layanan yang dipasarkan. Untuk penciptaan ketertarikan dan kesadaran yang baik diperlukan kemampuan untuk menyusun kata-kata atau kalimat yang mampu mengundang penasarannya dan keinginan untuk mengetahui lebih jauh. Pada tahap ini dapat digunakan kalimat pendek, singkat dan jelas serta menggunakan tanda tanya (?) sehingga konsumen bersedia melihat lebih jauh promosi yang ditawarkan.

b) *Interest* (Minat)

Tahap *Interest* adalah tahap untuk menciptakan minat yang tinggi pengguna atau konsumen untuk bersedia melihat produk dan jasa yang ditawarkan. Pada tahap ini penting bagi penjual untuk mampu menciptakan produk yang memiliki keunggulan, kreatif, inovatif dan bermanfaat bagi pengguna atau konsumen. Jika tahap ini berhasil maka kemungkinan besar pengguna atau konsumen akan memiliki minat untuk memiliki produk yang ditawarkan, namun jika produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan minat pengguna atau konsumen, maka pengguna atau konsumen akan berhenti atau pindah ke produk lain yang lebih menarik dan bermanfaat.

c) *Desire* (Keinginan)

Pada tahap *desire* ini pengguna atau konsumen sudah memiliki keinginan untuk mencoba produk yang ditawarkan baik keunggulan, kualitas atau hal-hal lain yang merupakan keunggulan yang dimiliki produk. Setelah pengguna atau konsumen memiliki keinginan yang besar, maka akan dilanjutkan ke tahap pembelian. Pada tahap ini penting bagi penjual untuk mengawal keinginan pengguna atau konsumen agar bersegera melakukan aksi pembelian dengan memberikan penawaran khusus, diskon atau batas waktu tertentu.

d) *Action* (Aksi)

Pada tahap *aktion* ini pengguna atau konsumen telah yakin dan setuju sehingga melakukan akti nyata dengan membeli produk yang ditawarkan. Aksi ini dapat dilakukan melalui panggilan telepon, kunjungan langsung atau melakukan pemesanan produk ke bagian admin atau penjualan. Pada tahap ini, penjual harus melakukan pelayanan dengan baik dengan memberikan pelayanan terbaik mulai dari terjadinya transaksi sampai layanan purna jual.

Selain itu untuk sukses di bidang *digital entrepreneurship* secara optimal menurut menurut Yudhi Sutrisna Adi Nugraha dapat dilakukan dengan melakukan riset kata kunci mengenai nama pengguna, membuat judul sesuai kata kunci, membuat deskripsi yang sesuai produk, membuat tags dan mentarget konsumen dengan tepat. Demikian pula pendapat Yanuar Aris Budiarto dan Alfian Faiz Izzulhaq tentang prinsip dasar yang menjadi pondasi model *digital entrepreneurship* berupa keterampilan *copywriting* yang merupakan suatu skill yang perlu dikuasai untuk mendapatkan pembeli, reseller atau meningkatkan konversi penjualan. Untuk membuat *copywriting* yang menarik dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu: 1) Riset kata kunci dan penentuan target pasar; 2) Buat Judul Yang Mengundang Rasa Penasaran; 3) Gunakan Data, Fakta Dan Angka; 4) Fokus Pada Solusi; dan 5) Original.

Berbagai penelitian yang relevan dari beberapa hasil penelitian terdahulu juga mendorong dilakukannya penelitian ini diantaranya Mohd Zaidi Abd Rozan bahwa *digital entrepreneurship* memiliki daya tarik untuk meningkatkan nilai bisnis. Mavilinda, dkk yang menilai pengembangan *digital entrepreneurship* di Indonesia dinilai masih rendah sehingga perlu dikembangkan lagi untuk menjalankan bisnis digital. Abdullah Balli dan Baranauskas, dkk bahwa kewirausahaan digital mampu mendorong transisi model bisnis tradisional ke model bisnis platform digital. Dong, J. Q., Niyawanont, N., & Wanarat, S. (2021) dan Huđek, I., Širec, K., & Tominc, P. (2019) bahwa kewirausahaan digital merupakan fenomena yang muncul di era digital yang menggunakan kemajuan teknologi digital dalam menjalankan bisnis serta memberikan keterampilan dan kesempatan belajar bisnis. Dengan demikian, konsep kewirausahaan digital

diharapkan berkontribusi pada minat berwirausaha seperti yang dilakukan peneliti yang melakukan pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK berbasis pesantren.

Setelah produk dilakukan validasi ahli baik ahli pembelajaran yang telah dilakukan Prof. Dr. Kholid Mawardi, M.Ag, dan validasi materi pembelajaran dan skala sikap dilakukan oleh Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Ag, kemudian dilakukan revisi dan selanjutnya dilakukan uji coba melalui uji coba terbatas yang dilaksanakan di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen pada tanggal 24 Juli 2023, uji coba diperluas yang dilaksanakan di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes pada tanggal 3 Agustus 2023, maka produk yang dihasilkan meliputi 3 produk yaitu:

1. Buku Panduan Guru dan Peserta Didik

Buku panduan yang dihasilkan terdiri dari 2 buku yaitu buku panduan guru dan buku panduan peserta didik terdiri dari 3 bab. Pada bab I Konsep Pemasaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* memuat: (a) tujuan pembelajaran; (b) materi pembelajaran (pengertian *digital marketing*, tujuan *digital marketing*, manfaat *digital marketing*, kategori *digital marketing*, model *digital marketing* di internet, alasan memilih *digital marketing*, etika *digital marketing*, konsep *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*, hal-hal yang perlu diperhatikan dalam memulai *digital marketing*); (c) asesmen formatif; (d) rangkuman; (e) refleksi dan (f) profil pelajar pancasila.

Pada bab II Analisa Data Digital memuat: (a) tujuan pembelajaran; (b) materi pembelajaran (pengertian kata kunci, ciri-ciri kata kunci, jenis-jenis kata kunci, manfaat kata kunci, sumber data digital, kriteria produk *digital marketing*, tahap awal memulai digital marketing, membuat master konten, melakukan riset kata kunci, membuat e-mail (gmail), membuat master konten berdasarkan kaidah UTDHTL; (c) asesmen formatif; (d) rangkuman; (e) refleksi dan (f) Profil Pelajar Pancasila. Sedangkan pada bab III Promosi Melalui Media Sosial memuat: (a) tujuan pembelajaran; (b) materi pembelajaran (pengertian promosi melalui media sosial, keuntungan promosi melalui media sosial, melakukan promosi melalui media sosial berupa facebook, instagram, youtube,

tiktok dan s.id); (c) asesmen formatif; (d) rangkuman; (e) refleksi dan (f) profil pelajar pancasila, diakhiri asesmen sumatif dan biodata penulis untuk ketika bab tersebut.

2. Alur Tujuan Pembelajaran (ATP)

Pada Alur dan Tujuan Pembelajaran memuat 3 (tiga) komponen yang terdiri: (a) identitas; (b) capaian pembelajaran fase F dan (c) Alur Tujuan Pembelajaran (elemen, capaian pembelajaran, tujuan pembelajaran, konten materi, profil pelajar pancasila dan alokasi waktu). Pada elemen berisi *digital marketing* capaian pembelajaran berisi : “Pada akhir Fase F peserta didik mampu memahami ruang lingkup digital marketing, memahami etika warga internet (*internet citizen*), melakukan analisis data digital, melakukan promosi melalui media sosial.” Pada tujuan pembelajaran berisi (1) peserta didik mampu memahami ruang lingkup *digital marketing* dan etika warga internet (*internet citizen*); (2) peserta didik mampu melakukan analisis data digital; dan (3) peserta didik mampu melakukan promosi melalui media sosial. konten materi berisi (1) konsep *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dan etika warga internet; (2) analisis data digital dan (3) promosi melalui media sosial. Pada Profil Pelajar Pancasila berisi mandiri, bernalar kritis dan kreatif, sedangkan pada alokasi waktu berisi 42 JP (7 JP x 6 Minggu).

3. Modul Ajar

Pada modul ajar terdiri dari 3 capaian pembelajaran memuat: (a) konsep *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dan etika warga internet; (b) analisis data digital dan (c) promosi melalui media sosial. Adapun pada masing-masing modul ajar pada ketiga capaian pembelajaran berisi informasi umum, tujuan pembelajaran, pemahaman bermakna, pertanyaan pemantik, persiapan pembelajaran, kegiatan pembelajaran, asesmen (sikap, keterampilan dan pengetahuan) dan pengayaan dan remedial.

Pada tahap pengujian keefektifan model diperoleh tingkat keefektifan model pengembangan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dapat dilihat dari hasil pelaksanaan Uji T-Test yang diperoleh dari pelaksanaan pembelajaran yang diberlakukan pada kelas yang berbeda. Adapun

rata-rata gain skor kelas eksperimen sebesar 64,2503 lebih besar daripada rata-rata gain skor kelas kontrol sebesar 25,6664. Hal ini berarti terjadi kenaikan pada kelas eksperimen sebesar 64,2503 sedangkan pada kelas kontrol terjadi kenaikan 25,6664. Hal ini menunjukkan bahwa kelas dengan pembelajaran model *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* lebih berhasil dibandingkan kelas biasa. Dengan demikian produk akhir yang dihasilkan pada penelitian ini layak dipakai dan cukup efektif bagi peserta didik SMK berbasis pesantren.

Setelah dilakukan penelitian diperoleh hasil bahwa bahwa: 1) pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* yang telah dilaksanakan: a) belum optimal pada perencanaan pembelajaran; (b) belum optimal pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* pada guru dan peserta didik; dan c) belum menggunakan model pembelajaran *digital marketing* yang tepat; 2) pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* telah dilakukan uji ahli perangkat pembelajaran dengan hasil 97,7 % pada kategori efektif, uji ahli materi pembelajaran sebesar 92,85 pada kategori efektif. Adapun hasil uji coba terbatas sebesar 82,69 % pada kategori baik dan uji coba luas sebesar 90,38 % pada kategori baik; 3) Hasil uji efektifitas model pengembangan *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* sebesar 64,25 % pada kategori cukup efektif.

Setelah melalui berbagai tahap-tahap pengembangan model mulai dari desain awal model, validasi ahli, uji coba terbatas, uji coba diperluas sampai uji keefektifan model, maka diperoleh hasil bahwa model pengembangan *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* ini dalam kategori baik sehingga layak digunakan baik pada ATP, modul ajar maupun buku panduan guru dan peserta didik. Setelah model ini menjadi produk akhir selanjutnya dapat disebarluaskan ke pengguna baik melalui forum guru, MGMP maupun media lainnya. Dengan demikian untuk mengembangkan pembelajaran *digital marketing* di SMK berbasis Pesantren telah ditemukan model dapat diterapkan dan telah teruji cukup efektif berupa model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Simpulan

Setelah model pengembangan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dilaksanakan, maka kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut.

1. Pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* yang dilaksanakan di SMK Berbasis Pesantren belum optimal disebabkan karena (a) belum optimal perencanaan pembelajaran *digital marketing* pada guru dan peserta didik; (b) belum optimal pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* dan c) belum menggunakan model pembelajaran *digital marketing* yang tepat.
2. Pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK berbasis pesantren dilakukan melalui uji coba terbatas dan uji coba luas dengan hasil berikut ini.
 - a. Uji coba terbatas diperoleh respon peserta didik terhadap pelaksanaan model pembelajaran dalam kategori baik sehingga model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dapat digunakan sebagai model pembelajaran. Hasil observasi peneliti terhadap pelaksanaan model pembelajaran oleh guru *digital marketing* berada pada kategori. Sementara itu hasil observasi peneliti terhadap aktifitas peserta didik dalam mengikuti pembelajaran *digital marketing* pada uji coba terbatas dalam kategori baik dan hasil observasi peneliti sebagai partisipan dalam kegiatan pembelajaran secara umum respon peserta didik terhadap model pembelajaran yang dilaksanakan berjalan dengan baik.
 - b. Uji coba Diperluas diperoleh respon peserta didik terhadap pelaksanaan model pembelajaran yang dilakukan guru *digital marketing* masuk kategori baik sehingga model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dapat digunakan sebagai model pembelajaran. Adapun hasil observasi peneliti terhadap pelaksanaan model pembelajaran oleh guru *digital marketing* pada kategori sangat baik, namun terdapat aktifitas yang

belum dilaksanakan guru berupa peserta didik yang mengerjakan tugas dengan baik belum mendapatkan penghargaan. Adapun hasil observasi peneliti terhadap aktifitas peserta didik dalam mengikuti pembelajaran *digital marketing* pada uji coba diperluas termasuk kategori baik. Sementara itu hasil observasi peneliti sebagai partisipan dalam kegiatan pembelajaran secara umum respon peserta didik terhadap model pembelajaran yang dilaksanakan berjalan dengan baik

3. Tingkat keefektifan model pengembangan *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* bagi peserta didik SMK berbasis pesantren diperoleh respon peserta didik terhadap pelaksanaan model pembelajaran yang dilakukan guru *digital marketing* masuk kategori baik sehingga model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dapat digunakan sebagai model pembelajaran. Adapun hasil observasi peneliti terhadap pelaksanaan model pembelajaran oleh guru model *digital marketing* dalam kategori sangat baik. Adapun hasil observasi peneliti terhadap aktifitas peserta didik dalam mengikuti pembelajaran *digital marketing*. Sementara hasil observasi peneliti sebagai partisipan dalam kegiatan pembelajaran, secara umum respon peserta didik terhadap model pembelajaran yang dilaksanakan berjalan dengan sangat baik masuk dalam kategori *sangat baik*. Sedangkan jika dilihat dari kategori tafsiran efektifitas N-Gain bahwa nilai persentase 64,2503% masuk pada kategori 56-75% dan ditafsirkan Cukup efektif.

Dengan demikian untuk mengembangkan pembelajaran *digital marketing* di SMK berbasis Pesantren telah ditemukan model dapat diterapkan dan telah teruji cukup efektif berupa model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dengan menerapkan kaidah UTDHTL (*Username, Title, Description, Hashtag, Tag and Location*).

B. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* sebagai berikut:

1. Memerlukan biaya besar dan waktu yang lama untuk melaksanakan model pengembangan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dengan baik.

2. Pelaksanaan model ini memerlukan peralatan yang mendukung baik kinerja komputer yang memadai untuk mengakses internet maupun peralatan pendukung lainnya.
3. Model ini memerlukan guru yang memahami dengan baik teori dan praktek pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.
4. Model pengembangan ini belum dapat menyentuh semua level pada jenjang SMK.
5. Perlu adanya produk lain sebagai pembanding model untuk pengembangan lebih lanjut.
6. Pengembangan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* hanya membahas salah satu dari platform *digital marketing* berupa media sosial, padahal masih banyak platform pemasaran digital lainnya seperti media sosial, marketplace, video dan sebagainya.
7. Belum semua SMK dapat menerapkan model *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* ini apabila kondisi sekolah kurang mendukung baik guru, peralatan komputer/ smarphone dan jangkauan jaringan internet.
8. Model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dapat optimal jika semua faktor pendukung pembelajaran digital marketing memadai.

C. Saran Pemanfaatan dan Pengembangan Produk Lebih Lanjut

1. Saran Pemanfaatan

Setelah melalui berbagai tahap-tahap pengembangan model mulai dari desain awal model, validasi ahli, uji coba terbatas, uji coba diperluas sampai uji keefektifan model, maka diperoleh hasil bahwa model pengembangan *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* ini dalam kategori baik sehingga layak digunakan baik pada ATP, modul ajar maupun buku panduan guru dan peserta didik. Setelah model ini menjadi produk akhir selanjutnya dapat disebarluaskan ke pengguna baik melalui forum guru, MGMP maupun media lainnya.

2. Pengembangan Produk lebih lanjut

Berikut ini beberapa langkah pengembangan produk dari model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* antara lain:

- a. Pemanfaatan model pembelajaran secara maksimal untuk meningkatkan kualitas pembelajaran *digital marketing*.
- b. Pemanfaatan dan keberadaan model pembelajaran perlu ditingkatkan untuk memotivasi dan mengembangkan potensi peserta didik agar minat berwirausahanya meningkat.
- c. Melakukan upaya revitalisasi melalui penerapan model pembelajaran *digital marketing berbasis digital entrepreneurship* untuk mengatasi kekurangan pada pembelajaran *digital marketing* yang selama ini masih bersifat kognitif menjadi konstruktif.
- d. Menerapkan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* dapat meningkatkan minat berwirausaha peserta didik.
- e. Model pengembangan ini belum memenuhi semua faktor pendukung pembelajaran *digital marketing* yang paling optimal sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menemukan model pembelajaran *digital marketing* yang paling optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, Riyan. "E-Book Digital Marketing Content." *E-Book Digital Marketing* (2020)
- Adityasari, Novy. "Endorsement Sebagai Trend Media Pemasaran Dalam Perspektif Islam" (2015)
- Afriyanti, Dewi, Dheakurnia Salsabila, Nurma Yunitasari, Safiranti Safiranti, and Dewi Ulfah Arini. "Menciptakan Generasi Produktif Bermental Wirausaha Melalui Pelatihan Bisnis Online Bagi Siswa/I Kelas XII SMK Ekonomika Depok." *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat* 2, no. 1 (2022). <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPDM/article/view/17868>.
- Agus Suprijono. "Cooperative Learning; Teori Dan Aplikasi PAIKEM." Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Agus Tri Haryanto. "Jumlah Pengguna Internet RI Tembus 212,9 Juta Di Awal 2023" (2023).
- Alma, Buchari. "Kewirausahaan." Bandung: Alfabeta, 2013.
- Ambarwati, Ambarwati, and Indra Sumarna Sobari. "Membangun Jiwa Kewirausahaan Di Era Milenial Bagi Ahasiswa Institut Stiami Kampus Tangerang Selatan." *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 2, no. 2 (2020)
- Andini, Dyah Ayu. "Pengembangan E-Modul Bisnis Online Berbasis Android Guna Menumbuhkan Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI BDP Di SMK Negeri 10 Surabaya" 6 (2022)
- Aragao, Enise, and Ana Lúcia Vitale. "Characteristics of the Digital Entrepreneur: A Multicase." *International Journal of Innovation* 9, no. 2 (2021): 219–238.
- Ariyana, Yoki, Reisky Bestary, and Zamroni. "Buku Pegangan Pembelajaran Berorientasi Pada Keterampilan Berpikir Tingkat Tinggi" (2019)
- Asghari, R., & Gedeon, S. "Significance and Impact of Internet on the Entrepreneurial Process: E-Entrepreneurship and Completely Digital Entrepreneurship. In Proceedings of the 4th European Conference on Innovation and Entrepreneurship" 70 (2010).
- Ayesha, Ivonne, I Wayan Adi Pratama, Syahril Hasan, Amaliyah, Nur Ika Effendi, Tri Yusnanto, Ni Desak Made Santi Diwyarthi, et al. *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Pt. Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- B. Suryabrata. "Dasar-Dasar Kepemimpinan." Jakarta: Rineka Cipta, 1990.
- Badan Standar, Kurikulum dan Asesmen Pendidikan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia. "Capaian Pembelajaran Mata Pelajaran Bisnis Digital Fase F Untuk SMK/MAK" (2022).

- Balli, Abdullah. "Digital Entrepreneurship and Digital Entrepreneurship Approach in Turkey: Ankara Case." *Journal of Business Research - Turk* 12, no. 2 (2020)
- Baranauskas, Gedas, and Agota Giedrė Raišienė. "Transition to Digital Entrepreneurship with a Quest of Sustainability: Development of a New Conceptual Framework." *Sustainability (Switzerland)* 14, no. 3 (2022).
- Belawati, Tian. *Pembelajaran Online*, 2019.
- Benny A. Pribadi. "Model Desain Sistem Pembelajaran." Jakarta: Dian A., 2010.
- Bican, Peter M., and Alexander Brem. "Digital Business Model, Digital Transformation, Digital Entrepreneurship: Is There a Sustainable 'Digital'?" *Sustainability (Switzerland)* 12, no. 13 (2020)
- Briggs L.I. "The Theoretical and Conceptual Baced of Instructional Design. London : Kogan Page" (1978).
- Bruce Joyce, Marsha Weil, Emily Calhoun. "Models of Teaching (Night Edition). Yogyakarta: Pustaka Pelajar." (2009): 7.
- Cahyo Edy Widyatmoko. "Riset Publising, Customer Service, Cargo and Packing" (2019).
- Dalyono. "Psikologi Pendidikan." Jakarta: Rineka Cipta, 2007.
- Departemen Pendidikan Nasional. "Undang-Undang Republik Indonesia No 20 Tentang Sistem Pendidikan Nasional" (2003)
- Dinas Pendidikan Wilayah IX. "Rapat Evaluasi Dan Program Kerja Dinas Pendidikan Cabang IX Tahun 2023.Pdf," n.d.
- Dirjendikdasmen. "Kompetensi Inti Dan Kompetensi Dasar SMK Bisnis Daring Dan Pemasaran" (2017)
- . "Perdirjendikdasmen Nomor 464 Tahun 2018 Tentang KI/KD C1, C2, C3 Untuk SMK/MAK," no. 021 (2018)
- Dona Listianawati, Aqil Rosyid, Bellam Sheila Ardianti. "Sosialisasi Kewirausahaan Berbasis Online Utnuk Meningkatkan Minat, Motivasi Dan Kreatifitas Siswa" 3 Nomor 1 (2013)
- Dong, John Qi. "Moving a Mountain with a Teaspoon: Toward a Theory of Digital Entrepreneurship in the Regulatory Environment." *Technological Forecasting and Social Change* 146, no. April (2019): 923–930. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.07.050>.
- E. Davidson and E. Vaast. "Digital Entrepreneurship and Its Sociomaterial Enactment." *International Journal of Development and Management Review* 5, no. 1 (2010): <http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/245180/245180.pdf> <https://hdl.handle.net/20.500.12380/245180> <http://dx.doi.org/10.1016/j.james.2011.03.003> <https://doi.org/10.1016/j.gr.2017.08.001> <http://dx>.

doi.org/10.1016/j.precamres.2014.12.

- Elizabeth B. Hurlock. “Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan Edisi Kelima.” (2011).
- Enny Radjab, Andi Jam’an. “Metodologi Penelitian Bisnis . Universitas Muhamadiyah Makasar: Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan (LPP)” (2017)
- Erdisna. “Model Pembelajaran Digital Entrepreneurship Untuk Generasi Milenial,” 2022.
- . “Model Pembelajaran Digital Entrepreneurship Untuk Generasi Milenial,” 2022.
- Erlangga, Heri, Yanti Purwanti, Tita Setiawati, Ida Hindarsah, and Farid Riadi. “The Role of Entrepreneur Characteristics and Entrepreneur Motivation Has a Significant Effect on SMEs’ Business Performance During Digital Era.” *International Journal of Artificial Intelligence Research* 6, no. 1 (2021).
- Fachrurazi, Ita Nurcholifah. “Kewirausahaan (Teori Dan Praktek).,” no. September (2021)
- Fadli, Isky. “Prestasi Praktik Kerja Industri Siswa Kelas XII Teknik Otomotif SMK Negeri 1 Adiwerna Kabupaten Tegal Tahun Ajaran 2008 / 2009” (2009).
- Fernandes, Cristina, João J. Ferreira, Pedro Mota Veiga, Sascha Kraus, and Marina Dabić. “Digital Entrepreneurship Platforms: Mapping the Field and Looking towards a Holistic Approach.” *Technology in Society* 70, no. May (2022).
- Gagne, R. M., & Briggs, L. J. “Principle of Instruction Design. New York: Holt Rinehart and Winston.” (1979)
- George, Gerard, Ryan K. Merrill, and Simon J.D. Schillebeeckx. “Digital Sustainability and Entrepreneurship: How Digital Innovations Are Helping Tackle Climate Change and Sustainable Development.” *Entrepreneurship: Theory and Practice* 45, no. 5 (2021)
- H Daryanto. “Evaluasi Pendidikan.” Jakarta: Rineka Cipta, 2005.
- Harjanto. “Perencanaan Pembelajaran.” Jakarta: Rineka Cipta, 205AD.
- Hasan, Muhammad. *Pembelajaran Berbasis Riset: Dasar Teori, Perencanaan, Pelaksanaan, Dan Evaluasi*, 2022.
- Hudek, Ivona, Karin Širec, and Polona Tominc. “Digital Skills in Enterprises According to the European Digital Entrepreneurship Sub-Indices: Cross-Country Empirical Evidence.” *Management (Croatia)* 24, no. 2 (2019)
- I.F. Fuadi, Eko B, Murdani. “Hubungan Minat Wirausaha Dengan Prestasi Praktik Kerja Industri Siswa Kelas XII Teknik Otomotif SMK Negeri Adenawa Kabupaten Tegal. Jurnal PTM. Vol 9, No. 2” 2, no. 5 (2009).
- Indrawati. “Model-Model Pembelajaran” (2011)

- Inpres RI. “Revitalisasi Sekolah Menengah Kejuruan Dalam Rangka Peningkatan Kualitas Dan Daya Saing Sumber Daya Manusia Indonesia,” 2016.
- J. Ferreira, C. Fernandes. “Resources and Capabilities’ Effects on Firm Performance: What Are They?. *Journal of Knowledge Management*, 21(5)” 13, no. 3 (2017).
- Joko. “Implementasi Keterampilan Vokasional Dalam Upaya Menumbuhkan Jiwa Intreprenurship Siswa MAN 1 Kota Kediri.” *REVORMA: Jurnal Pendidikan dan Pemikiran* 1, no. 1 (2021): 44–59. <http://ejournal-revorma.sch.id/index.php/mansa/article/view/5%0Ahttps://ejournal-revorma.sch.id/index.php/mansa/article/download/5/2>.
- Jonathan P. Allen. *Digital Entrepreneurship*, 2019.
- Joyce. B & Weil. “Model-Model Pengajaran. Edisi 8. Terjemahan A. Fuwaid & Mirza. Yogyakarta: Pustaka Pelajar” (2009).
- Karimi, Jahangir, and Zhiping Walter. “The Role of Entrepreneurial Agility in Digital Entrepreneurship and Creating Value in Response to Digital Disruption in the Newspaper Industry.” *Sustainability (Switzerland)* 13, no. 5 (2021)
- Kasmir. “Kewirausahaan.” Jakarta: PT. Raja Grafindo Persana, 2011.
- Kemendikbudristek. “Pedoman Penerapan Kurikulum Dalam Rangka Pemulihan Pembelajaran,” no. 23–31 (2022).
- . “Standar Proses Pada Pendidikan Anak Usia Dini, Jenjang Pendidikan Dasar Dan Jenjang Pendidikan Menengah Nomor 16 Tahun 2022” (2022).
- Kemenristekdikti. “Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset Dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2022 Tentang Standar Kompetensi Lulusan Jenjang Pendidikan Menengah” (2022)
- Keputusan Kadinastikbud Provinsi Jawa Tengah. “Panduan Penyusunan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan Berbasis Elektronik (E-KTSP) Pada Satuan Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan Di Provinsi Jawa Tengah” (2021)
- Kollmann, Tobias, Lucas Kleine-Stegemann, Katharina de Cruppe, and Christina Then-Bergh. “Eras of Digital Entrepreneurship: Connecting the Past, Present, and Future.” *Business and Information Systems Engineering* 64, no. 1 (2022): 15–31. <https://doi.org/10.1007/s12599-021-00728-6>.
- Larisa V. Frolova, Iryna M. Boiko. “Transformation of Entrepreneurship Into the Digital Economy.” *Economics.Net.Ua* 2, no. 54 (2021): 47–56. <https://economics.net.ua/en/files/archive/2021/No2/47.pdf>.
- Malik. “Discovery Learning.” Bandung: Citra Aditya, 2001.
- Margono Purnomo, Erna Maulina, Ahmad Zaki, Dian Fordian. “State of The Art Digital Entrepreneurship in Family Business; Co-Authorship and Co-Occurrence Analysis” 71, no. 1 (2021)

- Mavilinda, Hera Febria, Akhmad Nazaruddin, Nofiawaty Nofiawaty, Islahuddin Daud, and Lina Dameria S. "Penguatan Ekonomi Digital Melalui Pengembangan 'Digital Entrepreneurship' Bagi Pelaku Umkm Di Desa Kerinjing Ogan Ilir Sumatera Selatan." *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 5, no. 1 (2021)
- Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. "Kerangka Dasar Dan Struktur Kurikulum Sekolah Menengah Kejuruan/Madrasah Aliyah Kejuruan." *Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2013*, no. Standar Penilaian Pendidikan (2013)
- Millman. "Entrepreneurship Education and Students Internet Entrepreneurship Intention. *Jornal of Small Business and Enterprise Delevopment*, 17 (4)," 17 (2010)
- Mohammad Y. Alkhalaileh. "Systematic Review: Digital Entrepreneurship Intention" IX, no. 17 (2021)
- Muhammad Yahya, H. "Era Industri 4.0: Tantangan Dan Peluang Perkembangan Pendidikan Kejuruan Indonesia" (2018)
- Nana Sudjana. "Teori-Teori Belajar Untuk Pengajaran." Jakarta: FEUI, 1991.
- Nasional, Undang-undang Sistem Pendidikan. "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional" (2003)
- NeoElearningClass.com. "New Entrepreneur Orientation, Mnegenal Bisnis Online Lebih Dekat" (2014).
- Noventri, Isra Mirna, Juli Perawitan Pakpahan, Juli Wardani Pane, Lia Hutabarat, Kegiatan Belajar, Masyarakat Ayah, and Tapanuli Utara. "Peran Kewirausahaan Berbasis Digital Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran" 3, no. 2 (2021)
- Noviyanti, Laila Auliya, Dwita Aryadina Rachmawati, and Ika Rahmawati Sutejo. "Digital Repository Universitas Jember Digital Repository Universitas Jember." *Efektifitas Penyuluhan Gizi pada Kelompok 1000 HPK dalam Meningkatkan Pengetahuan dan Sikap Kesadaran Gizi* 3, no. 3 (2017)
- Nugroho, Lucky. "Trend Kewirausahaan Di Era Digita (Digital Preneur)." *Kewirausahaan*, no. May (2021): 215–225. <https://repository.penerbitwidina.com/media/343827-kewirausahaan-09bb1a47.pdf>.
- Nur Idayani Sugesti. "Model Pembelajaran Problem Based Learnig (PBL) Di Kelas Rendah Pada Matematika" 3, no. 4 (2017).
- Nurdyansyah dan Eni Fariyarul Fahyuni. *Inovasi Model Pembelajaran Sesuai Kurikulum 2013*, 2016.
- Ortiz, Marta Peris, and Carlos Rueda Armengot. "Editores Marta Peris Ortiz Sofía

- Estelles Miguel Carlos Rueda Armengot” (2019)
- Palamarchuk Oksana, Klimenko Inna. “Innovative Entrepreneurship and Digital Business: Development and Change in Management,” no. Hs 2019 (2021)
- Piranhamas. “Jenis Platform Blog Dan Website Di Dunia Online” (2022)
- Piranhamas, Agus. “Kategori Media Atau Platform Untuk Memasang Baliho Di Dunia Online” (2022)
- ProcAirina Volungeviciene, András Szűcs. *Exploring the Micro , Meso and Macro Landscape. EDEN 2018 ANNUAL Conference*, 2018.
- Putri, Angellina. “Hasil Wawancara Alumni SMK” (2023).
- R.I. Arends. “Learning to Teach (9th Ed.)” New York: Mc Graw-Hill, Companies, Inc, n.d.
- R.M. Gagne, L.I. Briggs, W.W. Wagner. “Principles of Instructional Design (4th Ed.). New York: Holt, Reihhart and Winston” (1992)
- R.R., Hake. “Analyzing Change/Gain Scores.,” 1999.
- Rammal, Hussain G. “Innovation and International Entrepreneurship: Will the Digital Platform Serve All?” *International Journal of Economics, Business, and Entrepreneurship* 2, no. 2 (2019)
- Rauf, Abdul, Sardjana Orba Manullang, Tri Endi Ardiansyah, Fara Diba, Ilham Akbar, Robi Awaluddin, Puji Muniarty, and Hamdan Firmansyah. *Digital Marketing : Konsep Dan Strategi. Insania*, 2021.
- Richard E. Mayer. “Multimedia Leranng.” Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Rodrigo Varela Villegas, Fernando Pereira Laverde, Jhon Alexander Moreno Barragán, Fabián Fernando Osorio Tinoco, Juan David Soler Libreros, and Eduardo Gómez Araujo. *Dinámica de Empresarial*, 2019.
- Rozan, Mohd Zaidi Abd. “Evidence of Impact from a National Digital Entrepreneurship Apprentice Program in Malaysia.” *Indonesian Journal of Innovation and Applied Sciences (IJIAS)* 2, no. 1 (2022)
- Rudi Susilana, Cepi Riyana. “Media Pembelajaran.” Bandung: CV. Wacana Prima, 2008.
- Safrina Wahyu Unji Madani. “Hasil Wawancara Alumni SMK” (2023).
- Setia, Shinta. “Personality Profile of Successful Entrepreneurs.” *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura* 21, no. 1 (2018)
- Slameto. “Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya.” Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Social, We are. “The Changing World of Digital In 2023 - We Are Social USA.” *We are social* (2023): 1–54. <https://wearesocial.com/us/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>.

- Stephen Lippmann, Amy Davis and Howard E. Aldrich. *Entrepreneurship and Inequality*, 2005.
- Suciati. "Belajar Dan Pembelajaran 2." Jakarta: Universitas Terbuka, 2007.
- Sudirman dan Rosmini Maru. *Implementasi Model-Model Pembelajaran Dalam Bingkai Penelitian Tindakan Kelas*, 2016.
- Sumiati dan Asra. "Metode Pembelajaran." Bandung: CV. Wacana Prima, 2009.
- Sunhaji. "Pembelajaran Tematik Integratif Pendidikan Agama Islam Dengan Sains Di SMAN Se-Kota Purwokerto," 2013.
- Suprihatiningsih. "Implementasi Kurikulum Pendidikan Keterampilan Vokasi Di Madrasah Aliyah (Studi Pada Madrasah Aliyah Di Provinsi DKI Jakarta)" (2013)
- Suryadi. "Metode Pembelajaran." Bandung: CV. Wacana Prima, 2009.
- Suryana. "Kewirausahaan." Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Suryana, Febriyanno, Erna Susanti, S Imelda, and T L T Chairunnisa. "Digital Entrepreneurship Based E-Learning Implementation With Cooperative Learning Method" 7, no. 2 (2022).
- Syahrum dan Salim. "Syahrum Dan Salim.Pdf." Bandung: Cita Pustaka Media, 2012.
- Syaiful Bahri Djamarah. "Strategi Belajar Mengajar." Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Syaiful Sagala. "Konsep Dan Makna Pembelajaran." Bandung: Alfabera, 2011.
- Syamsuri, Dhanang Eka Putra Muhammad Jamil Kapriani, Andi Hendra Syam Endang Gunaisah Silfiena Siahainenia Ni Kadek Ayu Trisnadewi Erny Amriani Asmin Sumarsih, and Eka Hendrayani Aditya Wardhana. "Pengantar Kewirausahaan 9Transformasi Digital Entrepreneurship)," no. November (2021): 172. <https://www.researchgate.net/publication/355982441>.
- Syarifah, Ina, Aminudin Azis, Agustinus Doedyk Setiyawan, and Ridho Muarief. "Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur Di Era Digital Pada Remaja Karang Taruna Kabupaten Gresik" 3, no. 4 (2022)
- Tendra, Gusrio. "Pelatihan Digital Entrepreneur Di Masa Pandemi Covid-19" 2, no. 1 (2022)
- Tian Belawati. "Pembelajaran Online." Jakarta: Universitas Terbuka, 2019.
- Triono, Fauzi dan Andit. "Dasar_dasar Dan Teori Pendidikan" (2021)
- Widiasih, Ni Putu Santhi, and Gede Sri Darma. "Millennial Digital Content Creator on New Normal Era: Factors Explaining Digital Entrepreneur Intention." *Asia Pacific Management and Business Application* 010, no. 02 (2021)
- Yamin, Martinis, Maisah. "Manajemen Pembelajaran Kelas. Strateg, Meningkatkan Mutu Pembelajaran" (2009).
- Yanuar Aris Budiarto dan Alfian Faiz Izzulhaq. "Kurikulum Facebook Bisnis,

Panduan Lengkap Iklan Facebook, Copywriting Dan Online Marketing” (2019)

Yasin, Nurfatwa Andriani, and Muhammad Nasir. “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa” 4, no. 1 (2022)

Yudhi Sutrisna Adi Nugraha. “Praktek Kelas Bisnis Online Siswa SMK Pemasaran” (2022).

Zhao, Yang. “Examining Digital Entrepreneurship: The Goal of Optimization of Transformation Path Normal Education in China.” *Frontiers in Psychology* 12, no. October (2021)

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Hasil Telaah Ahli

**PENGEMBANGAN MODEL PEMBELAJARAN *DIGITAL MARKETING*
BERBASIS *DIGITAL ENTREPRENEURSHIP* BAGI PESERTA DIDIK
SMK BERBASIS PESANTREN**

INSTRUMEN PENILAIAN AHLI PERANGKAT PEMBELAJARAN

Disusun dalam Rangka Pengumpulan dan Penelitian Disertasi



Oleh :

SUTADI

NIM: 214130100002

**PROGRAM PASCASARJANA DOKTOR STUDI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
(UIN SAIZU) PURWOKERTO
2024**

Lampiran 1a : Instrumen Penilaian Ahli Perangkat Pembelajaran

KAJIAN TEORI Perangkat Pembelajaran

Berawal dari masih rendahnya minat berwirausaha peserta didik SMK di era digital, maka diperlukan pengembangan melalui pembelajaran *digital marketing*. Salah satu bentuk pengembangan pembelajaran *digital marketing* berupa pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*. Perlunya penyesuaian dan pengembangan kurikulum pendidikan kejuruan yang berorientasi pada pengembangan kompetensi peserta didik di bidang kewirausahaan dan kegiatan produktif lainnya. Kemajuan teknologi belum sepenuhnya dimanfaatkan secara baik dan optimal untuk kemajuan dibidang pendidikan khususnya proses pembelajaran *digital marketing*.

Adanya peningkatan pengguna internet dari awal tahun 2022 sebesar 5,2% atau sekitar 10 juta pengguna baru pada tahun 2023 sehingga hal ini perlu direspon dengan baik oleh sekolah-sekolah pada jenjang menengah khususnya Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang memiliki program keahlian pemasaran. Pesatnya perkembangan berbagai platform *digital marketing* khususnya yang berbasis website dan media sosial yang belum dimanfaatkan secara optimal. Praktek pembelajaran *digital marketing* belum menerapkan kaidah-kaidah *digital marketing* yang dilakukan di dunia usaha dan dunia industri *digital marketing*. Model pembelajaran *digital marketing* yang telah dilakukan belum mengarah untuk menghasilkan konten yang mengarah pada praktek yang telah dilaksanakan pada dunia usaha dunia industri *digital marketing*. Selain itu penguasaan teknologi digital belum optimal padahal sangat dibutuhkan seiring perkembangan teknologi. Masih minimnya minat berwirausaha peserta didik untuk melakukan *digital marketing* dengan memanfaatkan teknologi digital. Penanaman nilai kewirausahaan masih rendah sehingga perlu diberikan pemahaman *digital marketing* dari mulai cara memulai *digital marketing*, pemahaman mengatasi tantangan dan ancaman dalam *digital marketing*, serta pemahaman tentang menarik minat calon konsumen.

Berubahnya cara berpikir dan beraktifitas yang penuh ketidakpastian memerlukan kemampuan untuk melakukan prediksi masa depan. *Digital entrepreneurship* masih dalam masa pertumbuhan dan membutuhkan lebih banyak pemahaman dan penelitian dari para untuk mengembangkan potensi peserta didik sebagai wirausahawan digital. Oleh karena itu, perlu dikembangkan lagi bagaimana caranya agar pembelajaran *digital marketing* bisa diarahkan langsung untuk mempraktekkan *digital entrepreneurship* seperti layaknya yang terjadi di dunia bisnis sesungguhnya.

Banyaknya kategori *digital marketing* yang berbasis website dan media sosial belum banyak digunakan sebagai alat untuk *digital entrepreneurship*. Selain itu belum banyak pula dilakukan riset kata kunci sebagai dasar pembuatan master konten dalam pembuatan website maupun media sosial sesuai kata kunci. Hal ini dapat terlihat dari belum dipahami dan diterapkannya konsep *digital entrepreneurship* pada proses pembelajaran seperti bagaimana cara melakukan analisa data digital, bagaimana membuat konten yang sesuai kaidah *digital entrepreneurship* yang mampu menempatkan website pada halaman utama (*page one*) halaman pencarian (*search engine*). Proses pembelajaran praktek cara membuat website dan media sosial belum menggunakan dan menerapkan kaidah kata kunci seperti yang diterapkan pada dunia usaha/dunia industri seperti nama akun email yang didasarkan pada kata kunci deskripsi pembuatan artikel website dan media sosial belum didasarkan pada konsep AIDA dan *copywriting*, menerapkan hastag, tag dan lokasi target kota/wilayah yang dituju.

Selain itu bidang penelitian yang membahas *digital entrepreneurship* masih relatif baru dan masih dalam proses pengembangan dan belum banyak tersedia buku referensi yang mendukung model pembelajaran *digital marketing*. Masih minimnya pembelajaran *digital marketing* di SMK yang mengembangkan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*. Oleh karena itu, prinsip pengembangan *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* melalui proses pembelajaran *digital marketing* yang didasarkan pada kaidah-kaidah *digital entrepreneurship* yang dipraktekkan pada bisnis nyata di dunia usaha/ dunia industri *digital marketing* perlu dilakukan.

Dari teori tersebut di atas, maka indikator instrumen ahli materi pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* sebagai berikut:

1. Konten materi *digital marketing* yang tertuang dalam ATP dan Modul Ajar saling terkait.
2. Konten materi *digital marketing* yang dikembangkan sangat menarik.
3. Konten materi *digital marketing* yang dikembangkan sangat cocok bagi peserta didik SMK
4. Konten materi *digital marketing* yang dikembangkan dapat membantu meningkatkan minat berwirausaha.

Dari uraian tersebut maka indikator dari perangkat pembelajaran yang akan dikembangkan dalam Alur dan Tujuan Pembelajaran (ATP) dan Modul Ajar sebagai berikut:

1. Elemen, capaian pembelajaran, tujuan pembelajaran, konten materi, profil pelajar Pancasila dan alokasi waktu saling terkait dan mendukung.
2. Konsistensi antara capaian pembelajaran dan tujuan pembelajaran.
3. Keterpaduan antara caGGGGGGpaian pembelajaran, tujuan pembelajaran, konten materi, profil pelajar Pancasila.

4. Dalam skenario pembelajaran dapat menguraikan capaian dan tujuan pembelajaran.
5. Asesmen yang dilakukan mendukung ketercapaian capaian pembelajaran dan tujuan pembelajaran.
6. Alokasi waktu mencukupi untuk menyampaikan konten materi guna mendukung capaian pembelajaran dan tujuan pembelajaran.

KISI-KISI PENYUSUNAN INSTRUMEN ATP DAN MODUL AJAR

No	Variabel	Indikator	No Butir Instrumen	
			ATP	Modul Ajar
1.	Komponen-komponen ATP dan modul ajar relevan	<ul style="list-style-type: none"> - Capaian pembelajaran menunjang ketercapaian tujuan pembelajaran - Capaian pembelajaran dengan konten materi yang ditawarkan sesuai 	1a, 1b	2a, 2b, 2c
2.	Konsisten antara capaian pembelajaran dengan tujuan pembelajaran	<ul style="list-style-type: none"> - Konsisten antara capaian pembelajaran dan tujuan pembelajaran - Kegiatan pembelajaran sesuai materi yang ditawarkan 	1c, 1d	2d, 2e
3.	Aspek keterpaduan antara capaian pembelajaran dan tujuan pembelajaran	Pembelajaran <i>digital marketing</i> relevan untuk disesuaikan dengan capaian pembelajaran dan tujuan pembelajaran	1e	2f, 2g
4.	Skenario Pembelajaran efektif	Aspek keterpaduan antara capaian pembelajaran dan tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i>	1f	2h
5.	Bentuk Asesmen relevan	<ul style="list-style-type: none"> - Bentuk instrumen asesmen sesuai tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i> yang ingin dicapai - Instrumen asesmen dapat mengukur pencapaian tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i> 	1g, 1h	2i, 2j
6.	Alokasi waktu	Alokasi waktu yang disediakan dalam ATP dan modul ajar sesuai dengan tingkat keluasaan materi pembelajaran <i>digital marketing</i>	1i, 1j	2k, 2l

Kepada Yth.

Bapak Prof. Dr. Kholid Mawardi, M. Hum

Dosen Program Pascasarjana UIN SAIZU Purwokerto

di –

Purwokerto

Assalamu'alaikum wrwb.

Salam sejahtera semoga senantiasa dalam lindungan Allah SWT., Aamiin.

Sehubungan dengan akan dilaksanakannya penelitian dalam rangka penyusunan Disertasi penulis dengan judul **Pengembangan Model Pembelajaran *Digital Marketing* Berbasis *Digital Entrepreneurship* Bagi Peserta didik SMK Berbasis Pesantren** setelah melalui ujian seminar proposal dan ujian komprehensif, maka selanjutnya peneliti akan mengambil data-data di lapangan. Peneliti mohon dengan hormat agar Bapak berkenan untuk melakukan *reviwer* atas perangkat pembelajaran sebagai instrumen dalam pengambilan data penelitian.

Adapun instrumen-instrumen tersebut antara lain:

1. Alur dan Tujuan Pembelajaran pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.
2. Modul Ajar pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.
3. Adapun ATP dan Modul Ajar terlampir.

Demikian surat permohonan saya, atas perkenan Bapak menjadi *reviwer* diucapkan terima kasih.

Purwokerto, Juli 2023

Peneliti



Sutadi

NIM: 214130100002

PENILAIAN AHLI PERANGKAT PEMBELAJARAN

Judul Penelitian : **"Pengembangan model Pembelajaran *Digital Marketing* berbasis *Digital Entrepreneurship* untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Peserta didik SMK Se-Provinsi Jawa Tengah".**

Peneliti : Sutadi

Ahli Perangkat Pembelajaran : Prof. Dr. Kholid Mawardi, M. Hum

Tanggal : 21 Juli 2023

Petunjuk !

1. Lembar penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pendapat bapak sebagai ahli perangkat pembelajaran bisnis online berbasis *digital entrepreneurship*.
2. Pendapat, kritik, saran, penilaian dan komentar bapak akan sangat bermanfaat untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.
3. Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bapak memberikan pendapatnya pada setiap pertanyaan yang tersedia dengan memberikan tanda v (centang) pada kolom bilangan 1, 2, 3 dan 4.
4. Keterangan angka:
 - a. Skor 1 jika kurang sesuai dan tidak menunjang
 - b. Skor 2 jika sesuai tetapi kurang mendukung
 - c. Skor 3 jika sesuai dan menunjang
 - d. Skor 4 jika sangat sesuai dan sangat menunjang
5. Komentar atau saran bapak mohon ditulis pada lembar yang telah disediakan

No	Jenis Perangkat	Aspek Yang Dinilai	Skor				Kategori
			1	2	3	4	
1.	ATP	a. Capaian pembelajaran menunjang ketercapaian tujuan pembelajaran				✓	
		b. Capaian pembelajaran bisnis online sudah relevan dengan capaian pembelajaran b <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				✓	
		c. Capaian pembelajaran dengan konten materi yang ditawarkan relevan.				✓	

		d. Konsistensi antara capaian pembelajaran, tujuan pembelajaran dan konten materi				✓
		e. Aspek keterpaduan antara capaian pembelajaran berbasis berbasis <i>digital entrepreneurship</i> terwadai dalam skenario pembelajaran				✓
		f. Kegiatan pembelajaran sesuai dengan konten materi yang ditawarkan				✓
		g. Bentuk instrumen asesmen sesuai dengan tujuan pembelajaran yang ingin dicapai				✓
		h. Instrumen asesmen dapat mengukur pencapaian tujuan pembelajaran				✓
		i. Alokasi waktu yang disediakan dalam ATP sesuai dengan tingkat keluasan konten materi				✓
		j. Sumber belajar/referensi yang digunakan memenuhi syarat sebagai rujukan dalam pembelajaran				✓
2.	Modul Ajar	a. Kesesuaian modul ajar dengan ATP yang ditawarkan				✓
		b. Konsistensi antara capaian pembelajaran dengan tujuan pembelajaran				✓
		c. Kesesuaian antara tujuan pembelajaran dengan aspek konten materi yang ditawarkan				✓
		d. Konsistensi antara capaian pembelajaran dan tujuan pembelajaran dengan konten materi				✓
		e. Tujuan pembelajaran yang ditawarkan telah operasional dan spesifik				✓

		f. Tujuan pembelajaran yang ditawarkan menunjang ketercapaian pembelajaran				✓	
		g. Model pembelajaran yang digunakan mendukung ketercapaian tujuan pembelajaran yang diharapkan				✓	
		h. Kegiatan pembelajaran sesuai dengan konten materi tema yang ditawarkan				✓	
		i. Bentuk instrumen asesmen dengan tujuan pembelajaran yang ingin dicapai sesuai				✓	
		j. Instrumen asesmen dapat mengukur pencapaian tujuan pembelajaran			✓		
		k. Alokasi waktu yang disediakan dalam modul ajar sesuai dengan tingkat keluasan konten materi				✓	
		l. Sumber belajar/ referensi memenuhi syarat sebagai rujukan dalam pembelajaran			✓		

PENILAIAN AHLI PERANGKAT PEMBELAJARAN

Petunjuk :

Mohon Bapak/Ibu reviewer memberikan komentar atau saran-saran pada tabel berikut ini.

No	Jenis Perangkat	Saran-saran
1.	ATP	<p align="center"><i>Sesuai Referensi</i></p>
2.	Modul Ajar	<p align="center"><i>Ufuk penerapan dapat lebih fungsional</i></p>

Purwokerto, Juli 2023

Ahli Perangkat Pembelajaran



Prof. Dr. Kholid Mawardi, M. Hum

NIP. 19740228 199903 1 005

PERNYATAAN AHLI PEMBELAJARAN

Dengan ini saya:

Nama : Prof. Dr. Kholid Mawardi, M. Hum
Jabatan : Dosen Program Pascasarjana UIN SAIZU Purwokerto
NIP : 19740228 199903 1 005

Sebagai ahli pembelajaran dari Saudara:

Nama : Sutadi
NIM : 214130100002
Program Studi : Doktor Studi Islam Program Pascasarjana UIN SAIZU
Purwokerto

menyatakan bahwa instrumen penelitian berupa ATP dan Modul Ajar yang disusun saudara tersebut di atas, sudah dikonsultasikan dan layak digunakan untuk uji coba lapangan dalam rangka penyusunan Disertasi yang berjudul **“Pengembangan model Pembelajaran Bisnis Online berbasis *Digital Entrepreneurship* untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Siswa SMK Se-Provinsi Jawa Tengah”**.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Purwokerto, Juli 2023

Ahli Pembelajaran



Prof. Dr. Kholid Mawardi, M. Hum

NIP. 19740228 199903 1 005

Lampiran 1b. Instrumen Penilaian Ahli Materi Pembelajaran

**PENGEMBANGAN MODEL PEMBELAJARAN *DIGITAL MARKETING*
BERBASIS *DIGITAL ENTREPRENEURSHIP* BAGI PESERTA DIDIK
SMK BERBASIS PESANTREN**

INSTRUMEN PENILAIAN AHLI MATERI PEMBELAJARAN

Disusun dalam Rangka Pengumpulan dan Penelitian Disertasi



Oleh :

SUTADI

NIM: 214130100002

**PROGRAM PASCASARJANA DOKTOR STUDI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
(UIN SAIZU) PURWOKERTO
2024**

KAJIAN TEORI

MATERI PEMBELAJARAN *DIGITAL MARKETING* BERBASIS *DIGITAL ENTREPRENEURSHIP*

Berawal dari masih rendahnya minat berwirausaha peserta didik SMK di era digital, maka diperlukan pengembangan melalui pembelajaran *digital marketing*. Salah satu bentuk pengembangan pembelajaran *digital marketing* berupa pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*. Perlunya penyesuaian dan pengembangan kurikulum pendidikan kejuruan yang berorientasi pada pengembangan kompetensi peserta didik di bidang kewirausahaan dan kegiatan produktif lainnya. Kemajuan teknologi belum sepenuhnya dimanfaatkan secara baik dan optimal untuk kemajuan dibidang pendidikan khususnya proses pembelajaran *digital marketing*.

Adanya peningkatan pengguna internet dari awal tahun 2022 sebesar 5,2% atau sekitar 10 juta pengguna baru pada tahun 2023 sehingga hal ini perlu direspon dengan baik oleh sekolah-sekolah pada jenjang menengah khususnya Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang memiliki program keahlian pemasaran. Pesatnya perkembangan berbagai platform *digital marketing* khususnya yang berbasis website dan media sosial yang belum dimanfaatkan secara optimal. Praktek pembelajaran *digital marketing* belum menerapkan kaidah-kaidah *digital marketing* yang dilakukan di dunia usaha dan dunia industri *digital marketing*. Model pembelajaran *digital marketing* yang telah dilakukan belum mengarah untuk menghasilkan konten yang mengarah pada praktek yang telah dilaksanakan pada dunia usaha dunia industri *digital marketing*. Selain itu penguasaan teknologi digital belum optimal padahal sangat dibutuhkan seiring perkembangan teknologi. Masih minimnya minat berwirausaha peserta didik untuk melakukan *digital marketing* dengan memanfaatkan teknologi digital. Penanaman nilai kewirausahaan masih rendah sehingga perlu diberikan pemahaman *digital marketing* dari mulai cara memulai *digital marketing*, pemahaman mengatasi tantangan dan ancaman dalam *digital marketing*, serta pemahaman tentang menarik minat calon konsumen.

Berubahnya cara berpikir dan beraktifitas yang penuh ketidakpastian memerlukan kemampuan untuk melakukan prediksi masa depan. *Digital entrepreneurship* masih dalam masa pertumbuhan dan membutuhkan lebih banyak pemahaman dan penelitian dari para untuk mengembangkan potensi peserta didik sebagai wirausahawan digital. Oleh karena itu, perlu dikembangkan lagi bagaimana caranya agar pembelajaran *digital marketing* bisa diarahkan langsung untuk mempraktekkan *digital entrepreneurship* seperti layaknya yang terjadi di dunia bisnis sesungguhnya.

Banyaknya kategori *digital marketing* yang berbasis website dan media sosial belum banyak digunakan sebagai alat untuk *digital entrepreneurship*. Selain itu belum banyak pula dilakukan riset kata kunci sebagai dasar pembuatan master konten dalam pembuatan website maupun media sosial sesuai kata kunci. Hal ini dapat terlihat dari belum dipahami dan diterapkannya konsep *digital entrepreneurship* pada proses pembelajaran seperti bagaimana cara melakukan analisa data digital, bagaimana membuat konten yang sesuai kaidah *digital entrepreneurship* yang mampu menempatkan website pada halaman utama (*page one*) halaman pencarian (*search engine*). Proses pembelajaran praktek cara membuat website dan media sosial belum menggunakan dan menerapkan kaidah kata kunci seperti yang diterapkan pada dunia usaha/dunia industri seperti nama akun email yang didasarkan pada kata kunci deskripsi pembuatan artikel website dan media sosial belum didasarkan pada konsep AIDA dan *copywriting*, menerapkan hastag, tag dan lokasi target kota/wilayah yang dituju.

Selain itu bidang penelitian yang membahas *digital entrepreneurship* masih relatif baru dan masih dalam proses pengembangan dan belum banyak tersedia buku referensi yang mendukung model pembelajaran *digital marketing*. Masih minimnya pembelajaran *digital marketing* di SMK yang mengembangkan model pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*. Oleh karena itu, prinsip pengembangan *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* melalui proses pembelajaran *digital marketing* yang didasarkan pada kaidah-kaidah *digital entrepreneurship* yang dipraktekkan pada bisnis nyata di dunia usaha/ dunia industri *digital marketing* perlu dilakukan.

Prinsip pengembangan *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* melalui proses pembelajaran *digital marketing* yang didasarkan pada kaidah-kaidah *digital marketing* yang dipraktekkan pada bisnis nyata di dunia usaha/ dunia industri *digital marketing*. Adapun pengembangan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* mengaju pada pendapat Cahyo Edy Widyatmoko (2020) menjelaskan konsep *digital marketing* dimulai dari riset kata kunci, membuat master konten, upload, optimasi, customer service, cargo dan pengiriman berikut ini. ¹

1. Riset kata kunci (*Research*)

Untuk memulai membuat konten yang menarik diperlukan kemampuan dasar berupa riset kata kunci dan penentuan target pasat. Riset kata kunci dapat dilakukan pada:

- a. Produk berupa *product knowledge*, target pemasaran, pengemasan dan pengiriman.
- b. Keyword berupa menentukan keyword dan media yang digunakan.
- c. Kompetitor

¹ Cahyo Edy Widyatmoko, "Riset Publishing, Customer Service, Cargo and Packing."

2. Membuat master konten (*Conten*)
Master konten dapat berupa artikel, gambar, foto, video, presentasi dan sebagainya.
3. Mengupload konten melalui berbagai media
Setelah master konten dibuat berdasarkan riset kata kunci selanjutnya dilakukan *posting* akun dan link melalui berbagai media seperti pasar website dan maps, *marketplace*, media sosial, video, forum iklan dan sebagainya.
4. Melakukan optimasi (*Search Engine Optimization*)
Tahap optimasi dapat dilakukan dengan melakukan *indexing*, *page one*, dan *domination*.
5. Melakukan pelayanan pelanggan (*customer service*)
6. Melakukan cargo dan pengiriman

Dari teori tersebut di atas, maka indikator instrumen ahli materi pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* sebagai berikut:

1. Konten materi *digital marketing* yang tertuang dalam ATP dan Modul Ajar saling terkait.
2. Konten materi *digital marketing* yang dikembangkan sangat menarik.
3. Konten materi *digital marketing* yang dikembangkan sangat cocok bagi peserta didik SMK
4. Konten materi *digital marketing* yang dikembangkan dapat membantu meningkatkan minat berwirausaha.

KISI-KISI INSTRUMEN AHLI MATERI PEMBELAJARAN

No	Variabel	Indikator	No Butir Instrumen
1.	Konten materi <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>	Konten materi pembelajaran <i>digital marketing</i> yang tertuang dalam buku panduan guru dan peserta didik sangat memadai dan saling mendukung	1a, 1b
2.	Konten materi yang dikembangkan sangat menarik	<p>a. Konten materi pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang tertuang dalam buku panduan guru dan peserta didik memiliki sumber yang jelas</p> <p>b. Konten materi pembelajaran <i>digital marketing</i> yang tertuang dalam buku panduan guru dan peserta didik sangat cocok diberikan peserta didik SMK</p> <p>c. Konten materi pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> sangat relevan untuk peserta didik SMK</p>	1c, 1d, 1e
3.	Kecocokan materi bagi peserta didik SMK	Konten materi pembelajaran <i>digital marketing</i> yang tertuang dalam buku panduan guru dan peserta didik sangat menarik untuk disajikan dengan basis <i>digital entrepreneurship</i>	1f
4.	Pesan materi yang dikembangkan	Konten materi pembelajaran <i>digital marketing</i> dalam buku panduan guru dan peserta didik berbasis <i>digital entrepreneurship</i> dapat menunjang peningkatan minat berwirausaha peserta didik	1g

Kepada Yth.

Ibu Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd.

Dosen Program Pascasarjana UIN SAIZU Purwokerto

Di –

Purwokerto

Assalamu 'alaikum wrwb.

Salam sejahtera semoga senantiasa dalam lindungan Allah SWT., Aamiin.

Sehubungan dengan akan dilaksanakannya penelitian dalam rangka penyusunan Disertasi penulis dengan judul **“Pengembangan Model Pembelajaran *Digital Marketing* Berbasis *Digital Entrepreneurship* bagi Peserta didik SMK Berbasis Pesantren”** setelah melalui ujian seminar proposal dan ujian komprehensif, maka selanjutnya peneliti akan mengambil data-data di lapangan, akan tetapi sebelum instrumen penelitian ini diterapkan di lapangan, peneliti mohon dengan hormat agar Ibu berkenan untuk menjadi reviewer atas materi pembelajaran *digital marketing* yang terdapat pada buku panduan guru dan peserta didik sebagai instrumen dalam pengambilan data penelitian.

Demikian surat permohonan saya, atas perkenan Ibu menjadi reviewer diucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Purwokerto, Juli 2023

Peneliti



Sutadi

NIM: 214130100002

PENILAIAN AHLI MATERI PEMBELAJARAN

Judul Penelitian : **“Pengembangan model Pembelajaran *Digital Marketing* berbasis *Digital Entrepreneurship* untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Peserta didik SMK Se-Provinsi Jawa Tengah”.**

Peneliti : Sutadi

Ahli Materi Pembelajaran : Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd.

Tanggal : 21 Juli 2023

Petunjuk !

1. Lembar penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pendapat bapak sebagai ahli materi pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.
2. Pendapat, kritik, saran, penilaian dan komentar bapak akan sangat bermanfaat untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pembelajarn *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*.
3. Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bapak memberikan pendapatnya pada setiap pertanyaan yang tersedia dengan memberitan tanda v (centang) pada kolom bilangan 1, 2, 3 dan 4.
4. Keterangan angka:
 - a. Skor 1 jika kurang sesuai dan tidak menunjang
 - b. Skor 2 jika sesuai tetapi kurang mendukung
 - c. Skor 3 jika sesuai dan menunjang
 - d. Skor 4 jika sangat sesuai dan sangat menunjang
5. Komentar atausaran bapak mohon ditulis pada lembar yang telah disediakan

No	Jenis Perangkat	Aspek Yang Dinilai	Skor				Kategori
			1	2	3	4	
1.	Konten materi bisnis online pada buku panduan guru dan siswa	a. Konten materi <i>digital marketing</i> yang tertuang buku panduan guru dan peserta didik memiliki sumber yang jelas			✓		
		b. Konten materi <i>digital marketing</i> yang tertuang dalam buku panduan guru dan peserta didik sangat memadai dan saling terkait untuk dikembangkan				✓	

		c. Konten materi <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang tertuang dalam buku panduan guru dan peserta didik yang sangat penting memiliki sumber yang jelas				✓	
		d. Konten materi <i>digital marketing</i> yang tertuang dalam buku panduan guru dan peserta didik mudah dan cocok dipelajari peserta didik SMK				✓	
		e. Konten materi <i>digital marketing</i> yang tertuang dalam buku panduan guru dan peserta didik adalah materi <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang sangat relevan untuk diberikan pada peserta didik SMK dan sangat <i>up to date</i> .				✓	
		f. Konten materi <i>digital marketing</i> yang tertuang dalam buku panduan guru dan peserta didik sangat menarik untuk dikembangkan dengan <i>digital entrepreneurship</i>				✓	
		g. Konten materi pokok <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang tertuang dalam buku panduan guru dan peserta didik dapat menunjang peningkatan minat berwirausaha peserta didik				✓	

PENILAIAN AHLI MATERI PEMBELAJARAN

Petunjuk :

Mohon Bapak/Ibu reviewer memberikan komentar atau saran-saran pada tabel berikut ini.

No	Indikator	Saran-saran
1.	Konten materi yang tertuang pada buku panduan guru dan siswa sangat memadai dan saling mendukung	Sebaiknya. Petunjuk anak panah. pd gambar lebih tepat pada perintah yg di maksud.
2.	Konten materi yang tertuang pada buku panduan guru dan siswa memiliki sumber yang jelas, sangat cocok untuk siswa SMK dan sangat relevan	Tata Tulis Daftar pustaka. Sesuaikan dengan Panduan Deskripsi
3.	Konten materi yang tertuang pada buku panduan guru dan siswa sangat menarik	Cover. lebih Di buat. yg Menarik. baik itu warna. & Tulisan.
4.	Konten materi yang tertuang pada buku panduan guru dan siswa dapat meningkatkan minat berwirausaha siswa SMK	Konten materi perlu di lengkapi dengan contoh Konten secara langsung Ceyate

Purwokerto, 21 Juli 2023

Ahli Materi Pembelajaran



Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd.

NIP. 19640916 199803 2 001

PERNYATAAN AHLI MATERI PEMBELAJARAN

Dengan ini saya:

Nama : Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd.
Jabatan : Dosen Program Pascasarjana UIN SAIZU Purwokerto
NIP : 19640916 199803 2 001

Sebagai ahli pembelajaran dari Saudara:

Nama : Sutadi
NIM : 214130100002
Program Studi : Doktor Studi Islam Program Pascasarjana UIN Saizu
Purwokerto

menyatakan bahwa instrumen penelitian berupa buku panduan guru dan siswa yang disusun saudara tersebut di atas, sudah dikonsultasikan dan layak digunakan untuk uji coba lapangan dalam rangka penyusunan Disertasi yang berjudul **“Pengembangan model Pembelajaran Bisnis Online berbasis *Digital Entrepreneurship* untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Siswa SMK Se-Propinsi Jawa Tengah”**.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Purwokerto, 21 Juli 2023

Ahli Materi Pembelajaran



Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd.

NIP. 19640916 199803 2 001

Lampiran 1c : Instrumen Penilaian Ahli Instrumen Angket Skala Sikap

**PENGEMBANGAN MODEL PEMBELAJARAN *DIGITAL MARKETING*
BERBASIS *DIGITAL ENTREPRENEURSHIP* BAGI PESERTA DIDIK
SMK BERBASIS PESANTREN**

INSTRUMEN PENILAIAN AHLI INSTRUMEN ANGKET SKALA SIKAP

Disusun dalam Rangka Pengumpulan dan Penelitian Disertasi



Oleh :

SUTADI

NIM: 214130100002

**PROGRAM PASCASARJANA DOKTOR STUDI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
(UIN SAIZU) PURWOKERTO
2024**

INSTRUMEN ANGGKET SKALA SIKAP

Pengantar

Penelitian dengan judul Pengembangan Model Pembelajaran *digital marketing* berbasis *Digital Entrepreneurship* bagi Peserta didik SMK Berbasis Pesantren adalah sebuah penelitian pengembangan. Produk dari penelitian ini adalah ATP, modul ajar dan buku panduan guru/peserta didik dalam pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship* sebagai acuan guru dan peserta didik *digital marketing* dalam melaksanakan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*. Model pembelajaran *digital marketing* ini bertujuan agar minat berwirausaha peserta didik meningkat.

KISI-KISI INSTRUMEN SKALA SIKAP

Variabel	Indikator	Butir	Jumlah
Pembelajaran <i>digital marketing</i> Dunwill (dalam Tian Belawati, 2019)	Kontak pembelajar-pengajar	1,2*,3,4,5	5
	Kolaborasi antar pembelajar	6,7,8,9,10	5
	Suasana belajar aktif	11,12,13,14,15*	5
	Umpan balik yang cepat	16,17*,18,19,20*	5
	Tujuan pembelajaran yang dapat dicapai	21,22,23,24*,25	5
	Penghargaan atas perbedaan	26,27,28,29,30*	5
Jumlah			30

Keterangan : * Pernyataan negatif

Kepada Yth.

Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd.

Dosen Program Pascasarjana UIN SAIZU Purwokerto

Di –

Purwokerto

Assalamu'alaikum wr. wb.

Salam sejahtera semoga senantiasa dalam lindungan Allah SWT., aamiin.

Sehubungan dengan akan dilaksanakannya penelitian dalam rangka penyusunan Disertasi penulis dengan judul **“Pengembangan Model Pembelajaran *Digital Marketing* Berbasis *Digital Entrepreneurship* Bagi Peserta didik SMK Berbasis Pesantren”** setelah melalui ujian seminar proposal dan ujian komprehensif, maka selanjutnya peneliti akan mengambil data-data di lapangan, akan tetapi sebelum instrumen penelitian ini diterapkan di lapangan, peneliti mohon dengan hormat agar Ibu berkenan untuk menjadi reviewer atas angket skala sikap sebagai instrumen dalam pengambilan data penelitian.

Demikian surat permohonan saya, atas perkenan Ibu menjadi reviewer diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wrwb.

Purwokerto, Juli 2023

Peneliti



Sutadi

NIM: 214130100002

LEMBAR PENILAIAN INSTRUMEN SKALA SIKAP

Petunjuk :

Mohon Bapak/Ibu reviewer memberikan review atas instrumen skala sikap berikut ini dengan memberikan tanda check (V) di bawah kolom SB, B, C, dan K yang sesuai dengan aspek-aspek review perangkat yang ada. Apabila ada saran mohon Bapak/Ibu berkenan menuliskan pada kolom saran yang tersedia.

Keterangan :

SB : Sangat baik dengan skor 4

B : Baik dengan skor 3

C : Cukup dengan skor 2

K : Kurang dengan skor 1

No	Aspek	Tanggapan/Skor				Saran
		SB	B	C	K	
1.	Butir-butir pernyataan telah mencakup unsur-unsur variabel yang ditanyakan	V				
2.	Butir-butir pernyataan telah mencakup unsur-unsur sub variabel yang ditanyakan	V				
3.	Seluruh indikator tercakup dalam pernyataan tiap butir pada data valensi	V				

**ANGKET SKALA SIKAP MODEL PEMBELAJARAN *DIGITAL*
MARKETING BERBASIS *DIGITAL ENTREPRENEURSHIP***

Nama :
 NIS :
 Kelas :
 Program Keahlian :

Petunjuk Pengisian!

1. Pengisian instrumen ini tidak mempengaruhi nilai anda!
2. Tanggapilah pernyataan-pernyataan di bawah ini sesuai pendapat anda dengan cara memberikan tanda V (Centang) pada kolom jawaban yang dianggap paling sesuai (ST=Sangat Tertarik, T=Tertarik, TT=Tidak Tertarik, STT=Sangat Tidak Tertarik) !

No	Pernyataan	Jawaban			
		ST	T	TT	STT
1.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> dilaksanakan serius agar meningkatkan minat saya berminat wirausaha				
2.*	Saya tidak berminat belajar wirausaha karena pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> sulit				
3.	Saya berminat wirausaha setelah diberi kemudahan akses komunikasi saat pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				
4.	Saya berminat wirausaha setelah diberi bantuan belajar <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				
5.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang kondusif mampu meningkatkan minat wirausaha				
6.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang kondusif harus diciptakan semua peserta didik				
7.	Saya perlu belajar bekerjasama dengan cara mengerjakan tugas kelompok <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				
8.	Saya perlu diberi tugas individu untuk mengetahui penguasaan materi pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				

No	Pernyataan	Jawaban			
		ST	T	TT	STT
9.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang baik jika antar peserta didik saling menghormati dan tolong menolong				
10.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang menyenangkan jika antar peserta didik saling berinteraksi satu sama lain				
11.	Saya berminat wirausaha karena diberi kesempatan menggali informasi bisnis luasnya saat pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				
12.	Saya berminat wirausaha karena diberi kesempatan mencari sumber pengetahuan wirausaha melalui pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				
13.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> sangat menarik karena materi disampaikan pelaku wirausaha langsung				
14.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> sangat menyenangkan karena berlangsung beinteraksi aktif				
15.*	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> semakin menantang ketika diberikan tugas yang sulit				
16.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> mampu meningkatkan minat wirausaha jika pembelajaran berlangsung dua arah/ interaktif				
17.*	Saat pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> peserta didik tidak menyampaikan tugas yang telah diberikan karena belum menyelesaikannya				
18.	Saat pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> guru sering menanyakan pemahaman materi yang telah dipelajari				
19.	Saat mengikuti pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> secara aktif				
20.*	Saat pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> peserta didik pasif sebaiknya diabaikan karena menghambat belajar peserta didik lain				
21.	Tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> perlu dirumuskan				

No	Pernyataan	Jawaban			
		ST	T	TT	STT
	dengan jelas agar minat belajar wirausaha meningkat				
22.	Tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang runtut akan memudahkan pencapaian tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i>				
23.	Tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang jelas akan meningkatkan minat wiraswasta saya				
24.*	Jika saya tidak mengikuti pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> dengan baik, saya tetap berminat wirausaha				
25.	Tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang jelas akan mengarahkan pembelajaran yang efektif				
26.	Semua peserta didik diperlakukan sama dalam mengikuti pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				
27.	Saya diberi kesempatan yang sama dengan peserta didik lain untuk menggali ide peluang wirausaha				
28.	Saya diberi kesempatan yang sama dengan peserta didik lain untuk mengemukakan pendapat				
29.	Semua peserta didik diingatkan ketika kurang bertanggung jawab menjaga sarana pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				
30.*	Saya dibiarkan saja ketika kurang menjaga sarana pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				

Keterangan :

Tanda * = Pernyataan negatif

PENILAIAN AHLI SIKAP

Petunjuk :

Mohon Bapak/Tbu reviewer memberikan komentar atau saran-saran pada tabel berikut ini.

No	Indikator	Saran-saran
1.	Butir-butir pernyataan telah mencakup unsur-unsur variabel yang ditanyakan	Sudah sesuai dengan Judul Disertasi
2.	Butir-butir pernyataan telah mencakup unsur-unsur sub variabel yang ditanyakan	Sudah lengkap dan Terinci
3.	Seluruh indikator tercakup dalam pernyataan tiap butir pada data valensi	Sudah lengkap dan Bagus

Purwokerto, Juli 2023

Ahli Materi Pembelajaran



Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd.

NIP. 19640916 199803 2 001

PERNYATAAN AHLI SKALA SIKAP

Dengan ini saya:

Nama : Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd.
Jabatan : Dosen Program Pascasarjana UIN SAIZU Purwokerto
NIP : 19640916 199803 2 001

Sebagai ahli pembelajaran dari Saudara:

Nama : Sutadi
NIM : 214130100002
Program Studi : Doktor Studi Islam Program Pascasarjana UIN Saizu
Purwokerto

menyatakan bahwa instrumen penelitian berupa skala sikap untuk responden yang disusun saudara tersebut di atas, sudah dikonsultasikan dan layak digunakan untuk uji coba lapangan dalam rangka penyusunan Disertasi yang berjudul **“Pengembangan model Pembelajaran Bisnis Online berbasis *Digital Entrepreneurship* untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Siswa SMK Se-Propinsi Jawa Tengah”**.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Purwokerto, Juli 2023

Ahli Skala Sikap



Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd.

NIP. 19640916 199803 2 001

Lampiran 1d. Hasil Penilaian Ahli Perangkat Pembelajaran ATP

Tabel 1d.
Hasil Penilaian Ahli Perangkat Pembelajaran (ATP)

No	Butir Pertanyaan	Skor	Kategori
1.	Kesesuaian capaian pembelajaran dengan tujuan pembelajaran	4	Sangat Baik
2.	Capaian pembelajaran dan tujuan pembelajaran sudah menunjukkan pengembangan pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>	4	Sangat Baik
3.	Kesesuaian antara capaian pembelajaran dengan tujuan pembelajaran	4	Sangat Baik
4.	Konsistensi antara capaian pembelajaran dengan tujuan pembelajaran	4	Sangat Baik
5.	Aspek keterpaduan antara capaian pembelajaran <i>digital marketing</i> dan tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis digital entrepreneurship terwadahi pada skenario pembelajaran	4	Sangat Baik
6.	Skenario pembelajaran sesuai konten materi yang ditawarkan	4	Sangat Baik
7.	Bentuk instrumen asesmen sesuai dengan tujuan pembelajaran	4	Sangat Baik
8.	Instrumen asesmen dapat mengukur pencapaian tujuan pembelajaran	4	Sangat Baik
9.	Alokasi waktu yang disediakan dalam ATP sesuai dengan keluasan konten materi	3	Baik
10.	Sumber belajar/referensi memenuhi syarat sebagai rujukan dalam pembelajaran	3	Baik

Lampiran 1e. Hasil Penilaian Ahli Perangkat Pembelajaran Modul Ajar

Tabel 1e.
Hasil Penilaian Ahli Perangkat Pembelajaran (Modul Ajar)

No	Butir Pertanyaan	Skor	Kategori
1.	Kesesuaian modul ajar dengan ATP	4	Sangat Baik
2.	Konsistensi antara capaian pembelajaran dengan tujuan pembelajaran	4	Sangat Baik
3.	Kesesuaian antara capaian pembelajaran dengan konten materi	4	Sangat Baik
4.	Konsistensi antara tujuan pembelajaran dengan tujuan pembelajaran	4	Sangat Baik
5.	Tujuan pembelajaran sudah operasional dan spesifik	4	Sangat Baik
6.	Tujuan pembelajaran menunjang ketercapaian pembelajaran	4	Sangat Baik
7.	Model pembelajaran mendukung ketercapaian tujuan pembelajaran	4	Sangat Baik
8.	Kegiatan pembelajaran sesuai dengan konten materi	4	Sangat Baik
9.	Instrumen asesmen sesuai tujuan pembelajaran yang ingin dicapai	4	Sangat Baik
10.	Instrumen asesmen dapat mengukur ketercapaian tujuan pembelajaran	3	Baik
11.	Alokasi waktu yang disediakan sesuai dengan keluasan konten materi	3	Baik
12.	Sumber/referensi belajar memenuhi syarat sebagai rujukan dalam pembelajaran	3	Baik

Lampiran 1f. Hasil Penilaian Ahli Materi Pembelajaran

Tabel 1f.
Hasil Penilaian Ahli Konten Materi Pembelajaran

No	Butir Pertanyaan	Skor	Kategori
1.	Konten Materi yang tertuang dalam buku panduan guru dan buku panduan peserta didik benar dan memiliki sumber yang jelas	4	Sangat Baik
2.	Konten materi yang tertuang dalam buku panduan guru dan buku panduan peserta didik sangat memadai dan terkait dengan <i>digital entrepreneurship</i>	4	Sangat Baik
3.	Konten materi yang tertuang dalam buku panduan guru dan buku panduan peserta didik adalah materi yang sangat pokok dan urgen untuk diberika kepada peserta didik SMK	3	Baik
4.	Konten materi pokok yang tertuang dalam buku panduan guru dan buku panduan peserta didik bagi peserta didik SMK sangat menarik karena sesuai dengan pembelajaran <i>digital marketing</i>	4	Sangat Baik
5.	Konten materi yang tertuang dalam buku panduan guru dan buku panduan peserta didik adalah materi yang mudah dipelajari peserta didik usia SMK	4	Sangat Baik
6.	Konten materi yang tertuang dalam buku panduan guru dan buku panduan peserta didik adalah materi pokok yang relevan dan <i>update</i> untuk diberikan kepada peserta didik SMK	4	Sangat Baik
7.	Konten materi bisnis online yang tertuang dalam buku panduan guru dan buku panduan peserta didik dapat menunjang peningkatan minat wirausaha	4	Sangat Baik

Lampiran 1g. Hasil Penilaian Ahli Instrumen Skala Sikap

Tabel 1g.
Hasil Penilaian Ahli Instrumen Skala Sikap

No	Butir Pertanyaan	Skor	Kategori
1.	Butir-butir pernyataan telah mencakup unsur-unsur variabel yang ditanyakan	4	Sangat Baik
2.	Butir-butir pernyataan telah mencakup unsur-unsur sub variabel yang ditanyakan	4	Sangat Baik
3.	Seluruh indikator tercakup dalam pernyataan tiap butir pada data valensi	3	Baik

Lampiran 2: Hasil Uji Coba

**PENGEMBANGAN MODEL PEMBELAJARAN *DIGITAL MARKETING*
BERBASIS *DIGITAL ENTREPRENEURSHIP* BAGI PESERTA DIDIK
SMK BERBASIS PESANTREN**

**HASIL UJI COBA TERBATAS
DI SMK PLUS NURURROHMAH KUWARASAN
KEBUMEN**



Oleh :

SUTADI

NIM: 214130100002

**PROGRAM PASCASARJANA DOKTOR STUDI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
(UIN SAIZU) PURWOKERTO
2024**

Lampiran 2a. Hasil Uji Coba Terbatas

Lampiran 2a1 : Hasil Penelitian terhadap Pelaksanaan Pembelajaran

Tabel 2a1

Hasil Peneliti terhadap Pelaksanaan Pembelajaran *Digital Marketing* berbasis *Digital Entrepreneurship* pada Uji Coba Terbatas

No	Aktifitas Guru	Ada	Tidak	Keterangan
A.	Tahap Pendahuluan			
1.	Salam pembuka	V		Guru mengawali pembelajaran dengan mengucapkan salam
2.	<i>Pre test</i>	V		Guru melakukan <i>pre-test</i> dengan menanyakan tujuan pembelajaran yang tertuang pada modul ajar dan buku panduan
3.	Melakukan apersepsi	V		Guru melakukan apersepsi untuk menggali informasi dan menanyakan kesiapan peserta didik
B.	Tahap Inti			
1.	Guru memutar video tentang profil <i>digital entrepreneur</i> yang sukses	V		Guru bersama peserta didik melihat dan mendiskusikan video profil pengusaha <i>digital marketing</i> yang sukses seperti Ferry Urardi (pendiri Traveloka), Wiliam Tanuwijaya (pendiri Tokopedia) dan Nadiem Makarim (pendiri Gojek).
2.	Guru bersama peserta didik melakukan identifikasi dari melihat video tentang <i>digital entrepreneur</i>	V		Guru membimbing peserta didik untuk melakukan identifikasi sejarah dan asal mula <i>digital marketing</i> didirikan hingga menjadi sukses seperti pada video.
3.	Guru membagi peserta didik menjadi beberapa kelompok peserta didik untuk mendiskusikan dan mengerjakan tugas <i>digital entrepreneur</i>	V		Peserta didik mengerjakan tugas yang telah diberikan untuk melakukan analisa video dan pesan apa yang disampaikan pada video. Peserta didik juga mengidentifikasi motivasi apa yang diperoleh setelah menonton video <i>profil</i> pengusaha <i>digital marketing</i> yang sukses.
4.	Guru memberi kesempatan kepada peserta didik/kelompok untuk memaparkan menyampaikan hasil pekerjaan/diskusinya		V	Guru belum memberi kesempatan kepada peserta didik disebabkan keterbatasan waktu yang hanya 2 x 45 menit.

No	Aktifitas Guru	Ada	Tidak	Keterangan
5.	Guru mendampingi pekerjaan/diskusi jika ada kesulitan	V		Guru mendampingi peserta didik dalam mengerjakan tugas dan memberikan bantuan jika ada peserta yang mengalami kesulitan
C.	Tahap Akhir			
1.	Guru menginformasikan tentang tugas yang harus dikerjakan untuk pertemuan yang akan datang	V		Peserta didik mendengarkan informasi yang disampaikan guru tentang tugas-tugas yang akan dikerjakan pada pertemuan berikutnya
2.	Guru memberikan penghargaan kepada kelompok peserta didik yang baik dalam mengerjakan tugas		V	Guru belum memberikan penghargaan kepada peserta didik disebabkan waktu pelaksanaan pembelajaran <i>digital marketing</i> habis
D	Lain-lain			
1.	Kesesuaian konten materi dengan Modul Ajar	V		Materi pembelajaran sudah sesuai dengan ATP, modul ajar dan buku panduan pada pertemuan awal tentang konsep pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis digital entrepreneurship
2.	Guru menguasai sarana/media pembelajaran	V		Guru sudah baik dan menguasai dalam menggunakan sarana pembelajaran seperti laptop dan LCD, namun belum memanfaatkan alat dan papan tulis yang tersedia.
3.	Guru mampu mengelola kelas dengan baik	V		Guru sudah sangat baik dalam mengelola kelas sehingga pelaksanaan pembelajaran berjalan dengan sangat baik
4.	Guru mengajar tepat waktu	V		Guru mengajar tepat waktu baik saat memulai maupun mengakhiri pembelajaran
5.	Aktifitas guru di kelas	V		Guru sangat baik dalam memberikan penjelasan dengan tetap berdiri (tidak duduk) dan ketika peserta didik mengerjakan tugas, guru juga mengelilingi peserta didik untuk memastikan semua peserta didik mengerjakan tugas dengan baik.

Lampiran 2a2 : Respon Peserta Didik terhadap Pelaksanaan Pembelajaran

Tabel 2a2.

Respon Peserta Didik terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran *Digital Marketing* Berbasis *Digital Entrepreneurship* pada Uji Coba Terbatas

No	Pernyataan	Persentase Respon			
		Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang
		4	3	2	1
1.	Kejelasan guru memberikan tugas-tugas dalam pembelajaran	15.0	80.0	5.0	0.0
2.	Ketepatan media/sarana yang digunakan dalam pembelajaran	20.0	40.0	30.0	10.0
3.	Kecocokan konten materi <i>digital marketing</i> dengan <i>digital entrepreneurship</i>	20.0	60.0	15.0	5.0
4.	Kejelasan konten materi <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>	5.0	75.0	20.0	0.0
5.	Kejelasan dalam memberi contoh-contoh konkrit materi <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>	10.0	60.0	30.0	0.0
6.	Konten materi pembelajaran menarik untuk didiskusikan	10.0	40.0	45.0	5.0
7.	Memberi kesempatan bertanya dan berdiskusi tentang konten materi yang dipelajari	10.0	70.0	20.0	0.0
8.	Usaha guru memotivasi minat berwirausaha peserta didik	20.0	75.0	5.0	0.0
9.	Guru mengulas kembali hasil diskusi kelas	25.0	60.0	15.0	0.0
Rata-rata Persentase		15.0	62.2	20.6	2.2

Lampiran 2a3 : Respon Peserta Didik terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran

Tabel 2a3

Respon Peserta Didik terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran *Digital Marketing* Berbasis *Digital Entrepreneurship* pada Uji Coba Terbatas

No	Aktifitas Siswa	Persentase Respon			
		Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang
		4	3	2	1
1.	Menjawab salam	V			
2.	Menjawab pre test		V		
3.	Menanggapi pertanyaan apersepsi	V			
4.	Mendengarkan penjelasan guru	V			
5.	Tertarik/termotivasi dengan penjelasan guru		V		
6.	Aktif melakukan diskusi dengan kelompoknya		V		
7.	Aktif bertanya kepada guru		V		
8.	Berdiskusi kelompok dengan teman tentang materi pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> dengan bantuan guru		V		
9.	Aktif melakukan pencarian, ide-ide tentang <i>digital marketing</i> dengan <i>digital entrepreneurship</i>		V		
10.	Memaparkan hasil diskusi		V		
11.	Menyusun urutan materi hasil diskusi	V			
12.	Mencatat kesimpulan dari guru		V		
13.	Menjawab post tes di akhir pelajaran		V		
	Rata-rata Persentase	82.69			

Keterangan:

1. Sangat Baik : Jika 95-100% peserta didik mengikuti pembelajaran
2. Baik : Jika 85-94% peserta didik mengikuti pembelajaran
3. Cukup : Jika 75-84% peserta didik mengikuti pembelajaran
4. Kurang : Jika <74% peserta didik mengikuti pembelajaran

Lampiran 2a4 : Angkte Skala Sikap

ANGKET SKALA SIKAP

Nama :
 NIS :
 Kelas :
 Program Keahlian :

Petunjuk !

1. Pengisian instrumen ini tidak mempengaruhi nilai anda!
2. Tanggapilah pernyataan-pernyataan di bawah ini sesuai pendapat anda dengan cara memberikan tanda V (Centang) pada kolom jawaban yang dianggap paling sesuai (ST=Sangat Tertarik, T=Tertarik, TT=Tidak Tertarik, STT=Sangat Tidak Tertarik) !

No	Pernyataan	Jawaban			
		ST	T	TT	STT
1.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> dilaksanakan serius agar meningkatkan minat saya berminat wirausaha				
2.*	Saya tidak berminat belajar wirausaha karena pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> sulit				
3.	Saya berminat wirausaha setelah diberi kemudahan akses komunikasi saat pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				
4.	Saya berminat wirausaha setelah diberi bantuan belajar <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				
5.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang kondusif mampu meningkatkan minat wirausaha				
6.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang kondusif harus diciptakan semua peserta didik				
7.	Saya perlu belajar bekerjasama dengan cara mengerjakan tugas kelompok <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				
8.	Saya perlu diberi tugas individu untuk mengetahui penguasaan materi pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				

No	Pernyataan	Jawaban			
		ST	T	TT	STT
9.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang baik jika antar peserta didik saling menghormati dan tolong menolong				
10.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang menyenangkan jika antar peserta didik saling berinteraksi satu sama lain				
11.	Saya berminat wirausaha karena diberi kesempatan menggali informasi bisnis luasnya saat pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				
12.	Saya berminat wirausaha karena diberi kesempatan mencari sumber pengetahuan wirausaha melalui pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				
13.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> sangat menarik karena materi disampaikan pelaku wirausaha langsung				
14.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> sangat menyenangkan karena berlangsung beinteraksi aktif				
15.*	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> semakin menantang ketika diberikan tugas yang sulit				
16.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> mampu meningkatkan minat wirausaha jika pembelajaran berlangsung dua arah/ interaktif				
17.*	Saat pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> peserta didik tidak menyampaikan tugas yang telah diberikan karena belum menyelesaikannya				
18.	Saat pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> guru sering menanyakan pemahaman materi yang telah dipelajari				
19.	Saat mengikuti pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> secara aktif				
20.*	Saat pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> peserta didik pasif sebaiknya diabaikan karena menghambat belajar peserta didik lain				
21.	Tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> perlu dirumuskan dengan jelas agar minat belajar wirausaha meningkat				

No	Pernyataan	Jawaban			
		ST	T	TT	STT
22.	Tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang runtut akan memudahkan pencapaian tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i>				
23.	Tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang jelas akan meningkatkan minat wiraswasta saya				
24.*	Jika saya tidak mengikuti pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> dengan baik, saya tetap berminat wirausaha				
25.	Tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang jelas akan mengarahkan pembelajaran yang efektif				
26.	Semua peserta didik diperlakukan sama dalam mengikuti pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				
27.	Saya diberi kesempatan yang sama dengan peserta didik lain untuk menggali ide peluang wirausaha				
28.	Saya diberi kesempatan yang sama dengan peserta didik lain untuk mengemukakan pendapat				
29.	Semua peserta didik diingatkan ketika kurang bertanggung jawab menjaga sarana pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				
30.*	Saya dibiarkan saja ketika kurang menjaga sarana pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				

Keterangan :

Tanda * = Pernyataan negatif

Lampiran 2a5: Data Uji Validitas Butir Skala Sikap Minat Berwirausaha

Correlations

		Total	
Butir_1	Pearson Correlation	0.359	Tidak Valid
	Sig. (2-tailed)	0.120	
	N	20	
Butir_2	Pearson Correlation	,613**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.004	
	N	20	
Butir_3	Pearson Correlation	0.295	Tidak Valid
	Sig. (2-tailed)	0.206	
	N	20	
Butir_4	Pearson Correlation	0.174	Tidak Valid
	Sig. (2-tailed)	0.463	
	N	20	
Butir_5	Pearson Correlation	0.346	Tidak Valid
	Sig. (2-tailed)	0.135	
	N	20	
Butir_6	Pearson Correlation	0.291	Tidak Valid
	Sig. (2-tailed)	0.213	
	N	20	
Butir_7	Pearson Correlation	,694**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.001	
	N	20	
Butir_8	Pearson Correlation	,750**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	20	
Butir_9	Pearson Correlation	0.106	Tidak Valid
	Sig. (2-tailed)	0.657	
	N	20	
Butir_10	Pearson Correlation	,553*	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.011	
	N	20	
Butir_11	Pearson Correlation	,694**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.001	
	N	20	
Butir_12	Pearson Correlation	,750**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	20	
Butir_13	Pearson Correlation	0.381	Tidak Valid
	Sig. (2-tailed)	0.097	

	N	20	
Butir_14	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,537* 0.015 20	Valid
Butir_15	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,694** 0.001 20	Valid
Butir_16	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,750** 0.000 20	Valid
Butir_17	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,631** 0.003 20	Valid
Butir_18	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	0.414 0.070 20	Tidak Valid
Butir_19	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,613** 0.004 20	Valid
Butir_20	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,672** 0.001 20	Valid
Butir_21	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	0.110 0.645 20	Tidak Valid
Butir_22	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,694** 0.001 20	Valid
Butir_23	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,750** 0.000 20	Valid
Butir_24	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	0.125 0.600 20	Tidak Valid
Butir_25	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,512* 0.021 20	Valid
Butir_26	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	0.216 0.361 20	Tidak Valid
Butir_27	Pearson Correlation	,613**	Valid

	Sig. (2-tailed)	0.004	
	N	20	
Butir_28	Pearson Correlation	,694**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.001	
	N	20	
Butir_29	Pearson Correlation	,750**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	20	
Butir_30	Pearson Correlation	0.125	Tidak Valid
	Sig. (2-tailed)	0.600	
	N	20	
Total	Pearson Correlation	1.000	
	Sig. (2-tailed)		
	N	20	

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 2a6: Data Uji Reliabilitas Butir Skala Sikap

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,937	18

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir_2	49,55	75,629	,602	,934
Butir_7	50,10	71,989	,743	,931
Butir_8	50,10	74,411	,776	,931
Butir_10	49,50	79,526	,372	,938
Butir_11	50,10	71,989	,743	,931
Butir_12	50,10	74,411	,776	,931
Butir_14	49,35	80,029	,367	,938
Butir_15	50,10	71,989	,743	,931
Butir_16	50,10	74,411	,776	,931
Butir_17	50,05	75,945	,575	,935
Butir_19	49,55	75,629	,602	,934
Butir_20	49,70	73,589	,638	,934
Butir_22	50,10	71,989	,743	,931
Butir_23	50,10	74,411	,776	,931
Butir_25	49,35	79,924	,310	,939
Butir_27	49,55	75,629	,602	,934
Butir_28	50,10	71,989	,743	,931
Butir_29	50,10	74,411	,776	,931

Lampiran 2a7: Daftar Nama Responden

Tabel 2a7

**Daftar Nama Responden pada Uji Coba Terbatas
di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan, Kebumen**

No	Nama Responden	Tanda Tangan		Keterangan
1.	Anggita Novi Puspitasari	1. 		
2.	Desta Ayu Setia Handayani		2. 	
3.	Dinda Ria Anggraeni	3. 		
4.	Diva Meysa Nabila		4. 	
5.	Fedya Jelila Aprelia	5. 		
6.	Fitri Albarokah		6. 	
7.	Fitri Alhasanah	7. 		
8.	Julia Salsa Bela		8. 	
9.	Nadia Ma'rifatun Azzahra	9. 		
10.	Novalia Safitri		10. 	
11.	Rizka Indri Nurhayati	11. 		
12.	Sri Dwi Lestari		12. 	
13.	Tiara Wardani	13. 		
14.	Triya Septiana		14. 	
15.	Veni Astuti	15. 		
16.	Wintang Kuharningsih		16. 	
17.	Zenitha Vikka Prabawati	17. 		
18.	Lidya Aftiani	18. 	18. 	
19.	Nayla Azllia Fitri	19. 		
20.	Nabila Lia Louka		20. 	

Lampiran 2a.8. Penilaian Guru Mata Pelajaran

PENILAIAN GURU MATA PELAJARAN
UJI COBA TERBATAS
SMK PLUS NURURROHMAH KUWARASAN, KEBUMEN

Petunjuk :

Mohon Bapak/Tbu Guru Mata Pelajaran Bisnis Digital memberikan komentar atau saran-saran pada tabel berikut ini.

No	Jenis Perangkat	Saran-saran
1.	ATP	Pada ATP masih tertulis bisnis online, sebaiknya disesuaikan dengan Capaian Pembelajaran dan Tujuan Pembelajaran berupa digital marketing.
2.	Modul Ajar	Konten materi pada modul ajar 1 masih tertulis bisnis online, sebaiknya disesuaikan dengan capaian pembelajaran dan tujuan Pembelajaran berupa digital marketing.
3.	Buku Panduan Guru dan Siswa	<ul style="list-style-type: none"> - Pada cover buku panduan guru dan peserta didik tertulis bisnis online, sebaiknya disesuaikan dengan ATP dan modul ajar berupa digital marketing. - Pada petunjuk guru no 6 kalimat sebaiknya direvisi - Pada daftar isi belum ada nomor halaman - Pada header masih tertulis bisnis online, sebaiknya disesuaikan - Pada bab II bagian TP perlu disesuaikan dengan materi

Kebumen, 29 Juli 2023

Guru Mata Pelajaran



Sri Puji Lestari, S.Pd.

Lampiran 2b: Hasil Uji Coba Diperluas

**PENGEMBANGAN MODEL PEMBELAJARAN *DIGITAL MARKETING*
BERBASIS *DIGITAL ENTREPRENEURSHIP* BAGI PESERTA DIDIK
SMK BERBASIS PESANTREN**

**HASIL UJI COBA DIPERLUAS
DI SMK 2 AL HIKMAH 1 SIRAMPOG
BREBES**



Oleh :

SUTADI

NIM: 214130100002

**PROGRAM PASCASARJANA DOKTOR STUDI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
(UIN SAIZU) PURWOKERTO
2024**

Lampiran 2b.1 : Observasi Peneliti terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran

Tabel 2b.1

Hasil Peneliti terhadap Pelaksanaan Pembelajaran *Digital Marketing* berbasis *Digital Entrepreneurship* pada Uji Coba Diperluas

No	Aktifitas Guru	Ada	Tidak	Keterangan
A.	Tahap Pendahuluan			
1.	Salam pembuka	V		Guru mengawali pembelajaran dengan mengucapkan salam
2.	Pre test	V		Guru melakukan <i>pre-test</i> dengan menanyakan tujuan pembelajaran yang tertuang pada modul ajar dan buku panduan
3.	Melakukan apersepsi	V		Guru melakukan apersepsi untuk menggali informasi dan menanyakan kesiapan peserta didik
B.	Tahap Inti			
1.	Guru memutar video tentang profil <i>digital entrepreneur</i> yang sukses	V		Guru memutar video cara membuat email berdasarkan kata kunci
2.	Guru bersama peserta didik melakukan identifikasi dari melihat video cara membuat email berdasarkan kata kunci	V		Guru bersama peserta didik melihat dan mendiskusikan cara membuat email berdasarkan kata kunci
3.	Guru membagi peserta didik menjadi beberapa kelompok yang berisi 4-5 peserta didik untuk mendiskusikan dan mengerjakan tugas cara membuat email berdasarkan kata kunci	V		Guru membimbing peserta didik untuk melakukan identifikasi kata kunci pada mesin pencari sebagai pembuatan email sesuai kata kunci
4.	Guru memberi kesempatan kepada peserta didik/kelompok untuk memaparkan menyampaikan hasil pekerjaan/diskusinya	V		Peserta didik mengerjakan tugas yang telah diberikan untuk melakukan analisa kata kunci untuk membuat email

No	Aktifitas Guru	Ada	Tidak	Keterangan
5.	Guru mendampingi pekerjaa/diskusi jika ada kesulitan		V	Guru belum memberi kesempatan kepada peserta didik disebabkan keterbatasan peralatan smarphone untuk verifikasi.
C.	Tahap Akhir			
1.	Guru menginformasikan tentang tugas yang harus dikerjakan untuk pertemuan yang akan datang	V		Peserta didik mendengarkan informasi yang disampaikan guru tentang tugas-tugas yang akan dikerjakan pada pertemuan berikutnya
2.	Guru memberikan penghargaan kepada kelompok peserta didik yang baik dalam mengerjakan tugas	V		Guru telah memberikan penghargaan kepada peserta didik yang berhasil membuat emal sesuai riset kata kunci.
D	Lain-lain			
1.	Kesesuaian konten materi dengan Modul Ajar	V		Materi pembelajaran sudah sesuai dengan ATP, modul ajar dan buku panduan tentang kaidah membuat email sesuai riset kata kunci
2.	Guru menguasai sarana/media pembelajaran	V		Guru sudah baik dan menguasai dalam menggunakan sarana pembelajaran seperti laptop dan smartphone.
3.	Guru mampu mengelola kelas dengan baik	V		Guru sudah sangat baik dalam mengelola kelas sehingga pelaksanaan pembelajaran berjalan dengan sangat baik
4.	Guru mengajar tepat waktu	V		Guru mengajar tepat waktu baik saat memulai maupun mengakhirir pembelajaran
5.	Aktifitas guru di kelas	V		Guru sangat baik dalam memberikan penjelasan dengan memberikan contoh cara membuat email sesuai riset kata kunci

Lampiran 2b.2 : Respon Peserta Didik terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran

Tabel 2b.2

Respon Peserta Didik terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran *Digital Marketing* Berbasis Digital Entrepreneurship pada Uji Coba Diperluas

No	Pernyataan	Persentase Respon			
		Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang
		4	3	2	1
1.	Kejelasan guru memberikan tugas-tugas dalam pembelajaran	28.6	71.4	0.0	0.0
2.	Ketepatan media/sarana yang digunakan dalam pembelajaran	21.4	50.0	28.6	0.0
3.	Kecocokan konten materi tentang analisa data digital dan cara membuat email sesuai riset kata kunci	14.3	78.6	7.1	0.0
4.	Kejelasan konten materi analisa data digital dan cara membuat email sesuai riset kata kunci	14.3	85.7	0.0	0.0
5.	Kejelasan dalam memberi contoh-contoh konkrit materi tentang analisa data digital dan cara membuat email sesuai riset kata kunci	7.1	85.7	7.1	0.0
6.	Konten materi pembelajaran menarik untuk didiskusikan	14.3	28.6	50.0	7.1
7.	Memberi kesempatan bertanya dan berdiskusi tentang konten materi yang dipelajari	21.4	42.9	35.7	0.0
8.	Usaha guru memotivasi minat berwirausaha peserta didik	14.3	78.6	0.0	7.1
9.	Guru mengulas kembali hasil diskusi kelas	14.3	71.4	14.3	0.0
	Rata-rata Persentase	16.7	65.9	15.9	1.6

Lampiran 2b.3 : Observasi Peneliti terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran

Tabel 2.b3

Respon Peserta Didik terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran *Digital Marketing* Berbasis *Digital Entrepreneurship* pada Uji Coba Diperluas

No	Aktifitas Siswa	Persentase Respon			
		Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang
		4	3	2	1
1.	Menjawab salam	V			
2.	Menjawab <i>pre test</i>		V		
3.	Menanggapi pertanyaan apersepsi	V			
4.	Mendengarkan penjelasan guru	V			
5.	Tertarik/termotivasi dengan penjelasan guru	V			
6.	Aktif melakukan diskusi dengan kelompoknya	V			
7.	Aktif bertanya kepada guru	V			
8.	Berdiskusi kelompok dengan teman tentang materi <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> dengan bantuan guru		V		
9.	Aktif melakukan pencarian, ide-ide tentang <i>digital marketing</i> dengan <i>digital entrepreneurship</i>		V		
10.	Memaparkan hasil diskusi		V		
11.	Menyusun urutan materi hasil diskusi	V			
2.	Mencatat kesimpulan dari guru	V			
13.	Menjawab <i>post test</i> di akhir pelajaran		V		
Rata-rata Persentase		90,38			

Keterangan:

1. Baik sekali : Jika 95-100% peserta didik mengikuti pembelajaran
2. Baik : Jika 85-94% peserta didik mengikuti pembelajaran
3. Cukup : Jika 75-84% peserta didik mengikuti pembelajaran
4. Kurang : Jika < 74% peserta didik mengikuti pembelajaran

Lampiran 2b.4 Angket Skala Sikap

ANGKET SKALA SIKAP

Nama :
 NIS :
 Kelas :
 Program Keahlian :

Petunjuk !

1. Pengisian instrumen ini tidak mempengaruhi nilai anda!
2. Tanggapilah pernyataan-pernyataan di bawah ini sesuai pendapat anda dengan cara memberikan tanda V (Centang) pada kolom jawaban yang dianggap paling sesuai (ST=Sangat Tertarik, T=Tertarik, TT=Tidak Tertarik, STT=Sangat Tidak Tertarik) !

No	Pernyataan	Jawaban			
		ST	T	TT	STT
1.*	Saya tidak berminat belajar wirausaha karena pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> sulit				
2.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang kondusif harus diciptakan semua peserta didik				
3.	Saya perlu belajar bekerjasama dengan cara mengerjakan tugas kelompok <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				
4.	Saya perlu diberi tugas individu untuk mengetahui penguasaan materi pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				
4.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang menyenangkan jika antar peserta didik saling berinteraksi satu sama lain				
5.	Saya berminat wirausaha karena diberi kesempatan menggali informasi bisnis luasnya saat pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				
6.	Saya berminat wirausaha karena diberi kesempatan mencari sumber pengetahuan wirausaha melalui pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				

No	Pernyataan	Jawaban			
		ST	T	TT	STT
7.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> sangat menyenangkan karena berlangsung beinteraksi aktif				
8.*	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> semakin menantang ketika diberikan tugas yang sulit				
9.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> mampu meningkatkan minat wirausaha jika pembelajaran berlangsung dua arah/ interaktif				
10.*	Saat pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> peserta didik tidak menyampaikan tugas yang telah diberikan karena belum menyelesaikannya				
11.	Saat mengikuti pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> secara aktif				
12.*	Saat pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> peserta didik pasif sebaiknya diabaikan karena menghambat belajar peserta didik lain				
13.	Tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang runtut akan memudahkan pencapaian tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i>				
14.	Tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang jelas akan meningkatkan minat wiraswasta saya				
15.	Tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang jelas akan mengarahkan pembelajaran yang efektif				
16.	Saya diberi kesempatan yang sama dengan peserta didik lain untuk menggali ide peluang wirausaha				
17.	Saya diberi kesempatan yang sama dengan peserta didik lain untuk mengemukakan pendapat				
18.	Semua peserta didik diingatkan ketika kurang bertanggung jawab menjaga sarana pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				

Keterangan :

Tanda * = Pernyataan negatif

Lampiran 2c.5 : Daftar Nama Responden

Tabel 2c.5
Daftar Nama Responden pada Uji Keefektifan Model
di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo
Kelas Kontrol

No	Nama Responden	Skor		Keterangan
		Pre Test	Post Test	
1.	Alfiyani Mahfiroh	72	80	<i>[Handwritten]</i>
2.	Ana Revayani	70	78	<i>[Handwritten]</i>
3.	Anis Makmuriyah	56	76	<i>[Handwritten]</i>
4.	Avivah Zahra	66	80	<i>[Handwritten]</i>
5.	Ditri Mulya Pitayani	68	70	<i>[Handwritten]</i>
6.	Diyah Aminarti	58	76	<i>[Handwritten]</i>
7.	Eka Aisatusalamah	68	72	<i>[Handwritten]</i>
8.	Ekky Sarasati	70	74	<i>[Handwritten]</i>
9.	Ema Zulaeha	70	80	<i>[Handwritten]</i>
10.	Erly Aulia	68	78	<i>[Handwritten]</i>
11.	Fati Khatul Kirom	68	76	<i>[Handwritten]</i>
12.	Feronika Asti Amanti	70	78	<i>[Handwritten]</i>
13.	Fika Nuraini	72	78	<i>[Handwritten]</i>
14.	Khoirunnisak	74	80	<i>[Handwritten]</i>
15.	Meli Yusrina Amalia	68	82	<i>[Handwritten]</i>
16.	Nur Fitri Hidayatul Nikmah	68	74	<i>[Handwritten]</i>
17.	Ratna Wulandari	70	76	<i>[Handwritten]</i>
18.	Refita Khoirusta	72	76	<i>[Handwritten]</i>
19.	Risalatul Mu'awanah	70	74	<i>[Handwritten]</i>
20.	Salsabila Rifka Annisa	68	78	<i>[Handwritten]</i>
21.	Shinta Purnama Ratri	64	72	<i>[Handwritten]</i>
22.	Siti Asrofia	66	72	<i>[Handwritten]</i>
23.	Vina Ramadhani	64	74	<i>[Handwritten]</i>
24.	Wafiyatussa'adah	66	76	<i>[Handwritten]</i>

Lampiran 2c.6 : Daftar Nama Responden

Tabel 2c.6
Daftar Nama Responden pada Uji Keefektifan Model
di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo
Kelas Eksperimen

No	Nama Responden	Skor		Keterangan
		Pre Test	Post Test	
1.	Agis Savira	70	90	<i>Agis</i>
2.	Aida Julia Azizah	68	92	<i>Aida</i>
3.	Amanda Mukti Rahayu	60	88	<i>Amanda</i>
4.	Amelia Zarifah Wafa	66	90	<i>Amelia</i>
5.	Aniatun Jazilah	-	-	-
6.	Aufa Aqilah	70	92	<i>Aufa</i>
7.	Dewik Erlika Tifani	76	90	<i>Dewik</i>
8.	Dwi Anggraini Saputri	66	88	<i>Dwi</i>
9.	Elisa Setyawati	72	92	<i>Elisa</i>
10.	Findi Ifnatul Ramadhani	74	88	<i>Findi</i>
11.	Irfa Safitri	76	86	<i>Irfa</i>
12.	Lisa Nur Asfia	78	94	<i>Lisa</i>
13.	Mir'atul Mu'izah	70	86	<i>Mir'atul</i>
14.	Namira Aulia Trista	72	86	<i>Namira</i>
15.	Rahma Habibah	74	88	<i>Rahma</i>
16.	Rani Fadhilah	74	90	<i>Rani</i>
17.	Rizki Agustina	74	86	<i>Rizki</i>
18.	Sabrina Navisa Amelia	72	94	<i>Sabrina</i>
19.	Salma Salsabila	66	90	<i>Salma</i>
20.	Virly Maulinda Rochman	68	94	<i>Virly</i>
21.	Viska Arga Meta	72	92	<i>Viska</i>
22.	Zeni Zakiyatun Nabila	-	-	-
23.	Zia Ilma Ulya	-	-	-

Lampiran 2c: Hasil Uji Keefektifan Model

**PENGEMBANGAN MODEL PEMBELAJARAN *DIGITAL MARKETING*
BERBASIS *DIGITAL ENTREPRENEURSHIP* BAGI PESERTA DIDIK
SMK BERBASIS PESANTREN**

**HASIL UJI KEEFEKTIFAN MODEL
DI SMK MA'ARIF NU 1 BENER
PURWOREJO**



Oleh :

SUTADI

NIM: 214130100002

**PROGRAM PASCASARJANA DOKTOR STUDI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
(UIN SAIZU) PURWOKERTO
2024**

Lampiran 2c.1 : Observasi Peneliti terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran

Tabel 2c.1

Hasil Observasi Peneliti terhadap Pelaksanaan Pembelajaran *Digital Marketing* berbasis *Digital Entrepreneurship* pada Uji Keefektifan Model

No	Aktifitas Guru	Ada	Tidak	Keterangan
A.	Tahap Pendahuluan			
1.	Salam pembuka	V		Guru mengawali pembelajaran dengan mengucapkan salam dan me
2.	Pre test	V		Guru melakukan pre-test dengan menanyakan tujuan pembelajaran yang tertuang pada modul ajar dan buku panduan
3.	Melakukan apersepsi			Guru melakukan apersepsi untuk membangkitkan motivasi belajar peserta didik
B.	Tahap Inti			
1.	Guru menjelaskan cara membuat s.id.	V		Guru melakukan apersepsi untuk menggali informasi dan menanyakan kesiapan peserta didik dalam membuat s.id.
2.	Guru bersama peserta didik membuat s.id.	V		Guru bersama peserta didik membuat s.id.
3.	Guru membagi peserta didik menjadi beberapa kelompok yang berisi 4-5 peserta didik untuk mendiskusikan dan mengerjakan tugas membuat s.id.	V		Guru membimbing peserta didik untuk membuat s.id yang memuat link media sosial yang dimiliki peserta didik seperti whatsapp, facebook, instagram dan sebagainya.
4.	Guru memberi kesempatan kepada peserta didik/kelompok untuk memaparkan menyampaikan hasil pekerjaan/diskusinya	V		Peserta didik mengerjakan tugas yang telah diberikan untuk membuat s.id Peserta didik mengidentifikasi manfaat yang diperoleh dengan memiliki s.id.
5.	Guru mendampingi pekerjaa/diskusi jika ada kesulitan	V		Guru memberi kesempatan kepada peserta didik untuk menanyakan hal-hal yang kurang jelas cara membuat s.id.

No	Aktifitas Guru	Ada	Tidak	Keterangan
C.	Tahap Akhir			
1.	Guru menginformasikan tentang tugas yang harus dikerjakan untuk pertemuan yang akan datang	V		Peserta didik mendengarkan informasi yang disampaikan guru tentang tugas-tugas yang akan dikerjakan pada pertemuan berikutnya
2.	Guru memberikan penghargaan kepada kelompok peserta didik yang baik dalam mengerjakan tugas	V		Guru telah memberikan penghargaan kepada peserta didik yang berhasil membuat s.id.
D	Lain-lain			
1.	Kesesuaian konten materi dengan Modul Ajar	V		Materi pembelajaran sudah sesuai dengan ATP, modul ajar dan buku panduan cara membuat s.id.
2.	Guru menguasai sarana/media pembelajaran	V		Guru sudah baik dan menguasai dalam menggunakan sarana pembelajaran seperti laptop dan LCD dan peralatan lainnya.
3.	Guru mampu mengelola kelas dengan baik	V		Guru sudah sangat baik dalam mengelola kelas sehingga pelaksanaan pembelajaran berjalan dengan sangat baik
4.	Guru mengajar tepat waktu	V		Guru mengajar tepat waktu baik saat memulai maupun mengakhiri pembelajaran
5.	Aktifitas guru di kelas	V		Guru sangat baik dalam memberikan penjelasan dan memberi contoh cara membuat s.id dan memastikan semua peserta didik mengerjakan tugas dengan baik.

Lampiran 2c.2 : Respon Peserta Didik terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran

Tabel 2c.2

Respon Peserta Didik terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran *Digital Marketing* Berbasis *Digital Entrepreneurship* pada Uji Keefektifan Model

No	Pernyataan	Persentase Respon			
		Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang
		4	3	2	1
1.	Kejelasan guru memberikan tugas-tugas dalam pembelajaran	50.0	50.0	0.0	0.0
2.	Ketepatan media/sarana yang digunakan dalam pembelajaran	10.0	80.0	10.0	0.0
3.	Kecocokan konten materi <i>digital marketing</i> dengan <i>digital entrepreneurship</i>	25.0	70.0	5.0	0.0
4.	Kejelasan konten materi s.id	25.0	70.0	5.0	0.0
5.	Kejelasan dalam memberi contoh-contoh konkrit cara membuat s.id.	20.0	65.0	15.0	0.0
6.	Konten materi pembelajaran menarik untuk didiskusikan	20.0	70.0	10.0	0.0
7.	Memberi kesempatan bertanya dan berdiskusi tentang konten materi yang dipelajari	5.0	80.0	15.0	0.0
8.	Usaha guru memotivasi minat berwirausaha peserta didik	10.0	75.0	15.0	0.0
9.	Guru mengulas kembali hasil diskusi kelas	20.0	65.0	15.0	0.0
	Rata-rata Persentase	20.6	69.4	10.0	0.0

Lampiran 2c.3 : Observasi Peneliti terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran

Tabel 2c.3

Respon Peserta Didik terhadap Pelaksanaan Model Pembelajaran *Digital Marketing* Berbasis *Digital Entrepreneurship* pada Uji Keefektifan Model

No	Aktifitas Siswa	Persentase Respon			
		Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang
		4	3	2	1
1.	Menjawab salam	V			
2.	Menjawab <i>pre test</i>	V			
3.	Menanggapi pertanyaan apersepsi	V			
4.	Mendengarkan penjelasan guru	V			
5.	Tertarik/termotivasi dengan penjelasan guru	V			
6.	Aktif melakukan diskusi dengan kelompoknya	V			
7.	Aktif bertanya kepada guru	V			
8.	Berdiskusi kelompok dengan teman tentang materi bisnis online berbasis digital entrepreneurship dengan bantuan guru	V			
9.	Aktif melakukan pencarian, ide-ide tentang bisnis online dengan digital entrepreneurship		V		
10.	Memaparkan hasil diskusi		V		
11.	Menyusun urutan materi hasil diskusi		V		
12.	Mencatat kesimpulan dari guru	V			
13.	Menjawab <i>post test</i> di akhir pelajaran	V			
	Rata-rata Persentase	94,23			

Keterangan:

1. Baik sekali : Jika 95-100% peserta didik mengikuti pembelajaran
2. Baik : Jika 85-94% peserta didik mengikuti pembelajaran
3. Cukup : Jika 75-84% peserta didik mengikuti pembelajaran
4. Kurang : Jika <74% peserta didik mengikuti pembelajaran

Lampiran 2c.4 : Angket Skala Sikap

ANGKET SKALA SIKAP

Nama :
 NIS :
 Kelas :
 Program Keahlian :

Petunjuk !

1. Pengisian instrumen ini tidak mempengaruhi nilai anda!
2. Tanggapilah pernyataan-pernyataan di bawah ini sesuai pendapat anda dengan cara memberikan tanda V (Centang) pada kolom jawaban yang dianggap paling sesuai (ST=Sangat Tertarik, T=Tertarik, TT=Tidak Tertarik, STT=Sangat Tidak Tertarik) !

No	Pernyataan	Jawaban			
		ST	T	TT	STT
1.*	Saya tidak berminat belajar wirausaha karena pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> sulit				
2.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang kondusif harus diciptakan semua peserta didik				
3.	Saya perlu belajar bekerjasama dengan cara mengerjakan tugas kelompok <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				
4.	Saya perlu diberi tugas individu untuk mengetahui penguasaan materi pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				
4.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang menyenangkan jika antar peserta didik saling berinteraksi satu sama lain				
5.	Saya berminat wirausaha karena diberi kesempatan menggali informasi bisnis luasnya saat pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				
6.	Saya berminat wirausaha karena diberi kesempatan mencari sumber pengetahuan wirausaha melalui pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i>				

No	Pernyataan	Jawaban			
		ST	T	TT	STT
7.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> sangat menyenangkan karena berlangsung beinteraksi aktif				
8.*	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> semakin menantang ketika diberikan tugas yang sulit				
9.	Pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> mampu meningkatkan minat wirausaha jika pembelajaran berlangsung dua arah/ interaktif				
10.*	Saat pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> peserta didik tidak menyampaikan tugas yang telah diberikan karena belum menyelesaikannya				
11.	Saat mengikuti pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> secara aktif				
12.*	Saat pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> peserta didik pasif sebaiknya diabaikan karena menghambat belajar peserta didik lain				
13.	Tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang runtut akan memudahkan pencapaian tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i>				
14.	Tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang jelas akan meningkatkan minat wiraswasta saya				
15.	Tujuan pembelajaran <i>digital marketing</i> berbasis <i>digital entrepreneurship</i> yang jelas akan mengarahkan pembelajaran yang efektif				
16.	Saya diberi kesempatan yang sama dengan peserta didik lain untuk menggali ide peluang wirausaha				
17.	Saya diberi kesempatan yang sama dengan peserta didik lain untuk mengemukakan pendapat				

Keterangan :

Tanda * = Pernyataan negatif

Lampiran 2c.6 : Daftar Nama Responden

Tabel 2c.6
Daftar Nama Responden pada Uji Keefektifan Model
di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo
Kelas Eksperimen

No	Nama Responden	Skor		Keterangan
		Pre Test	Post Test	
1.	Agis Savira	70	90	<i>[Signature]</i>
2.	Aida Julia Azizah	68	92	<i>[Signature]</i>
3.	Amanda Mukti Rahayu	60	88	<i>[Signature]</i>
4.	Amelia Zarifah Wafa	66	90	<i>[Signature]</i>
5.	Aniatun Jazilah	-	-	-
6.	Aufa Aqilah	70	92	<i>[Signature]</i>
7.	Dewik Erlika Tifani	76	90	<i>[Signature]</i>
8.	Dwi Anggraini Saputri	66	88	<i>[Signature]</i>
9.	Elisa Setyawati	72	92	<i>[Signature]</i>
10.	Findi Ifnatul Ramadhani	74	88	<i>[Signature]</i>
11.	Irfaf Safitri	76	86	<i>[Signature]</i>
12.	Lisa Nur Asfia	78	94	<i>[Signature]</i>
13.	Mir'atul Mu'izah	70	86	<i>[Signature]</i>
14.	Namira Aulia Trista	72	86	<i>[Signature]</i>
15.	Rahma Habibah	74	88	<i>[Signature]</i>
16.	Rani Fadhillah	74	90	<i>[Signature]</i>
17.	Rizki Agustina	74	86	<i>[Signature]</i>
18.	Sabrina Navisa Amelia	72	94	<i>[Signature]</i>
19.	Salma Salsabila	66	90	<i>[Signature]</i>
20.	Virly Maulinda Rochman	68	94	<i>[Signature]</i>
21.	Viska Arga Meta	72	92	<i>[Signature]</i>
22.	Zeni Zakiyatun Nabila	-	-	-
23.	Zia Ilma Ulya	-	-	-

Lampiran 2c.5 : Daftar Nama Responden

Tabel 2c.5
Daftar Nama Responden pada Uji Keefektifan Model
di SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo
Kelas Kontrol

No	Nama Responden	Skor		Keterangan
		Pre Test	Post Test	
1.	Alfiyani Mahfroh	72	80	<i>Handwritten mark</i>
2.	Ana Revayani	70	78	<i>Handwritten mark</i>
3.	Anis Makmuriyah	56	76	<i>Handwritten mark</i>
4.	Avivah Zahra	66	80	<i>Handwritten mark</i>
5.	Ditri Mulya Pitayani	68	70	<i>Handwritten mark</i>
6.	Diyah Aminarti	58	76	<i>Handwritten mark</i>
7.	Eka Aisatusalamah	68	72	<i>Handwritten mark</i>
8.	Ekky Sarasati	70	74	<i>Handwritten mark</i>
9.	Ena Zulaeha	70	80	<i>Handwritten mark</i>
10.	Erly Aulia	68	78	<i>Handwritten mark</i>
11.	Fati Khatul Kirom	68	76	<i>Handwritten mark</i>
12.	Feronika Asti Amanti	70	78	<i>Handwritten mark</i>
13.	Fika Nuraini	72	78	<i>Handwritten mark</i>
14.	Khoirunnisak	74	80	<i>Handwritten mark</i>
15.	Meli Yusrina Amalia	68	82	<i>Handwritten mark</i>
16.	Nur Fitri Hidayatul Nikmah	68	74	<i>Handwritten mark</i>
17.	Ratna Wulandari	70	76	<i>Handwritten mark</i>
18.	Refita Khoirusta	72	76	<i>Handwritten mark</i>
19.	Risalatul Mu'awanah	70	74	<i>Handwritten mark</i>
20.	Salsabila Rifka Annisa	68	78	<i>Handwritten mark</i>
21.	Shinta Purnama Ratri	64	72	<i>Handwritten mark</i>
22.	Siti Asrofia	66	72	<i>Handwritten mark</i>
23.	Vina Ramadhani	64	74	<i>Handwritten mark</i>
24.	Wafiyatussa'adah	66	76	<i>Handwritten mark</i>

PENILAIAN GURU MATA PELAJARAN
UJI KEEFEKTIFAN MODEL
SMK MA'ARIF NU 1 BENER, PURWOREJO

Petunjuk :

Mohon Bapak/Ibu Guru Mata Pelajaran Bisnis Digital memberikan komentar atau saran-saran pada tabel berikut ini.

No	Jenis Perangkat	Saran-saran
1.	ATP	Sudah bagus dan lengkap.
2.	Modul Ajar	sudah bagus dan lengkap.
3.	Buku Panduan Guru dan Peserta Didik	- untuk isi materi sudah bagus dan lengkap. Memudahkan siswa untuk praktik mandiri. - Buku panduan siswa dan guru belum ada halaman di daftar isi dan halaman yang ada di buku panduan guru dan siswa tidak sama

Purworejo 24 Agustus 2023

Guru Mata Pelajaran

Arum Handayani
Arum Handayani

Lampiran 2d: Hasil Pengujian Keefektifan Model

**PENGEMBANGAN MODEL PEMBELAJARAN *DIGITAL MARKETING*
BERBASIS *DIGITAL ENTREPRENEURSHIP* BAGI PESERTA DIDIK
SMK BERBASIS PESANTREN**

HASIL PENGUJIAN EFEKTIFITAS MODEL



Oleh :

SUTADI

NIM: 214130100002

**PROGRAM PASCASARJANA DOKTOR STUDI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
(UIN SAIZU) PURWOKERTO
2023**

**Hasil Pengujian T-Test
(TABEL SPSS)**

Group Statistics					
	Kelas	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
NGain_Persen	1	20	64,2503	11,25099	2,51580
	2	24	25,6664	10,57075	2,15775

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
NGain_Persen	Equal variances assumed	,430	,516	11,709	42	,000	38,58393	3,29522	31,93392	45,23395
	Equal variances not assumed			11,641	39,554	,000	38,58393	3,31438	31,88297	45,28490

Lampiran 3: Surat Ijin Penelitian

**PENGEMBANGAN MODEL PEMBELAJARAN *DIGITAL MARKETING*
BERBASIS *DIGITAL ENTREPRENEURSHIP* BAGI PESERTA DIDIK
SMK BERBASIS PESANTREN**

SURAT IJIN PENELITIAN



Oleh :

SUTADI

NIM: 214130100002

**PROGRAM PASCASARJANA DOKTOR STUDI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
(UIN SAIZU) PURWOKERTO
2024**

Lampiran 3: Surat Ijin Penelitian

Lampiran 3a. Surat Penelitian di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan, Kebumen



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
PASCASARJANA**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553
Website : www.pps.uinsaizu.ac.id Email : pps@uinsaizu.ac.id

Nomor : 1316/ Un.19/ D.PS/ PP.05.3/ 6/ 2023 Purwokerto, 10 Juli 2023
Lamp. : -
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth:
Kepala SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan
Di – Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa dalam rangka pengumpulan data dan informasi guna keperluan penyusunan disertasi sebagai tugas akhir pada Pascasarjana UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, maka kami mohon Saudara berkenan memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami berikut:

Nama : Sutadi
NIM : 214130100002
Semester : 4
Program Studi : Studi Islam
Tahun Akademik : 2021/2022

Adapun penelitian tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

Waktu Penelitian : 10 Juli 2023 s.d 6 Januari 2024
Judul Penelitian : Pengembangan Model Pembelajaran Bisnis Online Berbasis Digital Entrepreneurship Untuk Meningkatkan Minat Wirausaha Siswa SMK Se-Provinsi Jawa Tengah
Lokasi Penelitian : SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan, Kebumen, Jawa Tengah

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas ijin dan perkenaan Saudara disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Direktur,

Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag.
NIP. 19681008 199403 1 001

Lampiran 3b. Surat Penelitian di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog, Brebes



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
PASCASARJANA**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553
Website : www.pps.uinsaizu.ac.id Email : pps@uinsaizu.ac.id

Nomor : 1318/ Un.19/ D.PS/ PP.05.3/ 6/ 2023

Purwokerto, 10 Juli 2023

Lamp. : -

Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth:

Kepala SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog

Di – Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa dalam rangka pengumpulan data dan informasi guna keperluan penyusunan disertasi sebagai tugas akhir pada Pascasarjana UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, maka kami mohon Saudara berkenan memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami berikut:

Nama : Sutadi
NIM : 214130100002
Semester : 4
Program Studi : Studi Islam
Tahun Akademik : 2021/2022

Adapun penelitian tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

Waktu Penelitian : 10 Juli 2023 s.d 6 Januari 2024
Judul Penelitian : Pengembangan Model Pembelajaran Bisnis Online Berbasis Digital Entrepreneurship Untuk Meningkatkan Minat Wirausaha Siswa SMK Se-Provinsi Jawa Tengah
Lokasi Penelitian : SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog, Brebes, Jawa Tengah

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas ijin dan perkenaan Saudara disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Direktur,

Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag

NIP. 19681008 199403 1 001

Lampiran 3c. Surat Penelitian di SMK Ma'arif NU 1 Bener, Purworejo



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
PASCASARJANA**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553
Website : www.pps.uinsaizu.ac.id Email : pps@uinsaizu.ac.id

Nomor : 1317/ Un.19/ D.PS/ PP.05.3/ 6/ 2023

Purwokerto, 10 Juli 2023

Lamp. : -

Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth:

Kepala SMK Ma'arif NU 1 Bener

Di – Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa dalam rangka pengumpulan data dan informasi guna keperluan penyusunan disertasi sebagai tugas akhir pada Pascasarjana UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, maka kami mohon Saudara berkenan memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami berikut:

Nama : Sutadi
NIM : 214130100002
Semester : 4
Program Studi : Studi Islam
Tahun Akademik : 2021/2022

Adapun penelitian tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

Waktu Penelitian : 10 Juli 2023 s.d 6 Januari 2024
Judul Penelitian : Pengembangan Model Pembelajaran Bisnis Online Berbasis Digital Entrepreneurship Untuk Meningkatkan Minat Wirausaha Siswa SMK Se-Provinsi Jawa Tengah
Lokasi Penelitian : SMK Ma'arif NU 1 Bener, Purworejo, Jawa Tengah

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas ijin dan perkenaan Saudara disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Direktur,

Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag.

NIP. 19681008 199403 1 001

Lampiran 4: Dokumentasi Penelitian

**PENGEMBANGAN MODEL PEMBELAJARAN *DIGITAL MARKETING*
BERBASIS *DIGITAL ENTREPRENEURSHIP* BAGI PESERTA DIDIK
SMK BERBASIS PESANTREN**

DOKUMENTASI PENELITIAN



Oleh :

SUTADI

NIM: 214130100002

**PROGRAM PASCASARJANA DOKTOR STUDI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
(UIN SAIZU) PURWOKERTO
2024**

Lampiran 4a. SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan Kebumen

1. Gambar observasi awal di SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan, Kebumen, 7 September 2022



2. Wawancara dengan guru *digital marketing* SMK Plus Nururrohmah Kuwarasan, Kebumen, 24 Juli 2023.



3. Peneliti melakukan observasi pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*, 29 Juli 2023



4. Peneliti sebagai partisipan pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*, 29 Juli 2023



5. Peneliti sebagai partisipan pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*, 29 Juli 2023



6. Peneliti, Pelaksana model dan peserta didik pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*, 29 Juli 2023.



Lampiran 4b. SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog Brebes

1. Gambar observasi di SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog, Brebes, 9 September 2022.



2. Wawancara dengan guru *digital marketing* SMK 2 Al Hikmah 1 Sirampog, Brebes, 24 Juli 2023.



3. Peneliti melakukan observasi pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*, 9 Agustus 2023.



4. Peneliti sebagai partisipan pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*, 9 Agustus 2023.



5. Peneliti sebagai partisipan pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*, 9 Agustus 2023.



6. Peneliti, Pelaksana model dan peserta didik pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*, 9 Agustus 2023.



Lampiran 4c. SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo

1. Gambar observasi di SMK Ma'arif NU 1 Bener, Purworejo, 8 September 2022.



2. Wawancara dengan guru *digital marketing* SMK Ma'arif NU 1 Bener Purworejo, Jawa Tengah, 24 Agustus 2023.



3. Peneliti melakukan observasi pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*, 24 Agustus 2023.



4. Peneliti sebagai partisipan pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*, 24 Agustus 2023.



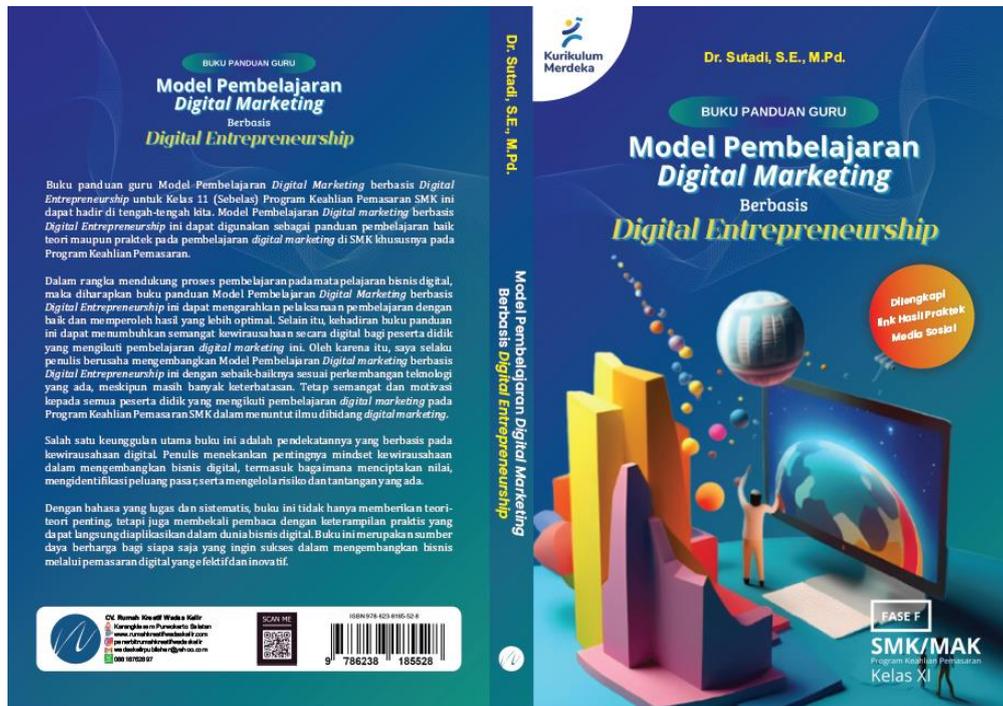
5. Peneliti sebagai partisipan pelaksanaan pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*, 24 Agustus 2023.



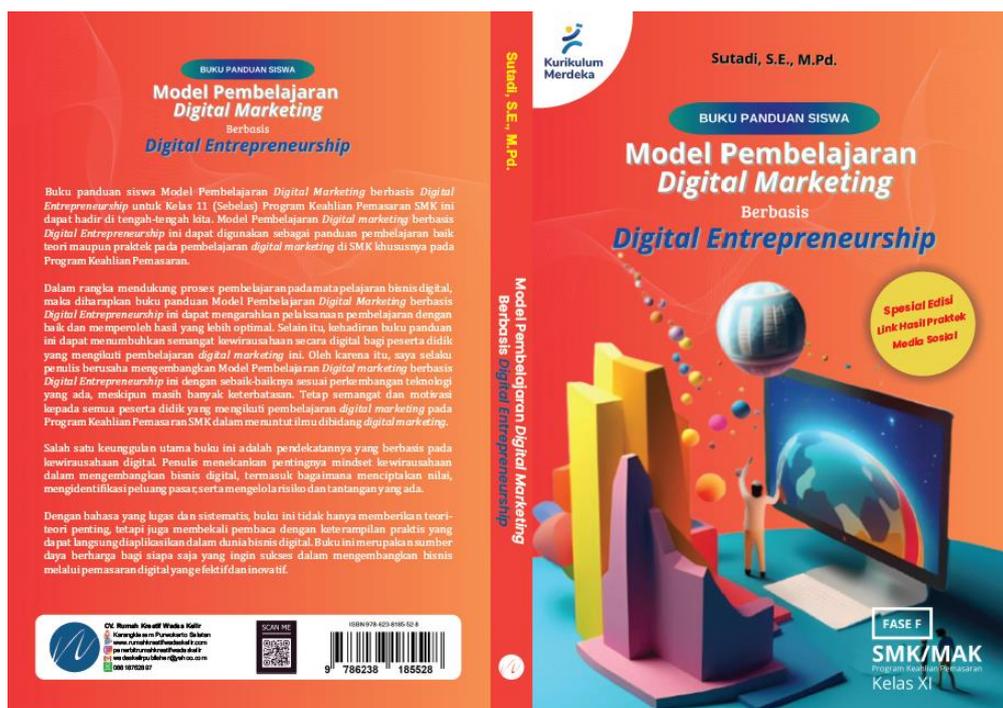
6. Peneliti, Pelaksana model dan peserta didik pembelajaran *digital marketing* berbasis *digital entrepreneurship*, 24 Agustus 2023.



Lampiran 5: Produk Hasil Penelitian (Terpisah)



5a. Buku Panduan Guru



5b. Buku Panduan Peserta Didik

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama	:	Dr. Sutadi, S.E., M.Pd.
Tempat/ Tanggal Lahir	:	Purworejo, 27 Oktober 1980
Jenis Kelamin	:	Laki-laki
Agama	:	Islam
Nama Ayah	:	Trimowiryo (Alm.)
Nama Ibu	:	Marisem
Nama Istri	:	Muji Rahayu, S. Pd. I
Nama Anak	:	1. Fauzan Abdurrahman
		2. Khanza Izzati Fadillah
		3. Fahri As'ad Humam
		4. Muhammad Fayyadh Ramadhan
Alamat Rumah	:	Karangjati RT. 004 RW. 001 No. 1 Jatiluhur, Karanganyar, Kebumen, Jawa Tengah 54364
E-mail	:	paksutadi7@gmail.com
Nomor Telepon	:	0877-2525-1876
Website	:	https://s.id/sutadiyt80

B. Riwayat Pendidikan

No	Tahun	Jenjang	Lembaga Pendidikan
1.	1987-1993	SD	SD Negeri 1 Wonorejo Kulon
2.	1993-1996	SMP	SMP Institut Indonesia Kutoarjo
3.	1996-1999	SMK	SMK Institut Indonesia Kutoarjo
4.	1999-2003	S1	Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Perusahaan Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta
5.	2004-2004	AKTA IV	Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Purworejo
6.	2018-2020	S2	Magister Manajemen Pendidikan Pascasarjana Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta
7.	2021-2024	S3	Program Pascasarjana Doktor Studi Islam Universitas Islam Negeri Prof. Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto

C. Karya Ilmiah

No	Tahun	Judul Jurnal/ Buku	Penerbit/Publisher
1.	2022	<i>Implementation Of The 2013 Curriculum Of Islamic Education In Integrated Islamic Elementary School (SDIT) Logaritma Karanganyar Kebumen Central Java</i>	Jurnal Sinta 3: AULADUNA: Jurnal Pendidikan Dasar Islam, Department of Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI) Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
2.	2022	Strategi <i>Digital Entrepreneurship</i> pada perusahaan bisnis online di Jawa Tengah dalam Perspektif Islam	Jurnal Sinta 4: <i>ASSETS Journal</i> , Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, Faculty of Islamic Economic and Business (FEBI) State Islamic University of Alauddin Makassar
3.	2023	<i>Enhancing Entrepreneurial Interest among Islamic Boarding School Vocational Students through a Digital Entrepreneurship-Based Digital Marketing Learning Model</i>	Jurnal Sinta 2: <i>AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan, Accredited SINTA 2</i> , Publisher: LP2M STAI Hubbulwathan Duri Bengkalis, Riau, Indonesia
4.	2024	<i>Implementation of Digital Marketing in increasing sales at PT. Kombas Digital Internasional Commissioner and Young Berjaya Group Kebumen</i>	Jurnal Internasional: <i>Advances In Humanities And Contemporary Studies</i> , Universiti Tun Hussein Onn Malaysia
5.	2024	Buku Projek Kreatif dan Kewirausahaan SMK/MAK Fase F Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen Kurikulum Merdeka	Penerbit Erlangga Jakarta
6.	2024	Buku Pengelolaan Bisnis Retail SMK/MAK Fase F Bidang Keahlian Pemasaran Kurikulum Merdeka	Penerbit Erlangga Jakarta
7.	2024	Buku Model Pembelajaran Digital Marketing Berbasis Digital Entrepreneurship Fase F SMK/MAK Program Keahlian Pemasaran Kelas XI	CV. Rumah Kreatif Wadas Kelir Purwokerto