

# Menumbuhkan *Mindset* Wirausaha Muda melalui Pelatihan Rajut, *Social Control Interaction*, dan Literasi Digital di SMA Hasanuddin Nahdlatul Ulama Malang

**Taufiq Ismail**

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya Malang, Indonesia  
Email Corresponding: [taufiq.ismail@ub.ac.id](mailto:taufiq.ismail@ub.ac.id)

## INFORMASI ARTIKEL

## ABSTRAK

### Kata Kunci:

Kewirausahaan Muda  
Literasi Digital  
Pelatihan Rajut  
Interaksi Sosial  
Pemberdayaan Siswa

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di SMA Hasanuddin Nahdlatul Ulama Kabupaten Malang selama periode Juli–September 2025 dengan melibatkan 30 siswa sebagai peserta. Tujuan program adalah menumbuhkan mindset kewirausahaan melalui tiga pendekatan utama: (1) pelatihan keterampilan rajut sebagai ekonomi kreatif, (2) pelatihan social control interaction untuk membangun interaksi sosial profesional, dan (3) pelatihan literasi digital untuk pemasaran dan etika bisnis digital. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan edukatif, partisipatif, dan aplikatif melalui ceramah interaktif, praktik langsung, dan pendampingan. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan kompetensi. Hasil program menunjukkan peningkatan signifikan: pemahaman kewirausahaan meningkat 45% (dari skor 58 menjadi 84), keterampilan teknis rajut meningkat 78% (dari skor 42 menjadi 75), dan literasi digital meningkat 52% (dari skor 55 menjadi 84). Seluruh peserta (100%) berhasil membuat minimal satu produk rajutan bernilai jual, dan 60% peserta telah menjual produk mereka dalam satu bulan pertama. Program ini berhasil menumbuhkan karakter wirausaha yang inovatif, etis, dan adaptif terhadap teknologi, serta mendukung pencapaian IKU 3, 4, dan 5 Universitas Brawijaya dalam pemberdayaan masyarakat dan pengembangan ekonomi.

## ABSTRACT

### Keywords:

Youth entrepreneurship  
Digital literacy  
Crochet training  
Social interaction  
Student empowerment

This community service program was conducted at SMA Hasanuddin Nahdlatul Ulama, Malang Regency, during July–September 2025, involving 30 students as participants. The program aimed to foster entrepreneurial mindset through three main approaches: (1) crochet skill training as creative economy empowerment, (2) social control interaction training to build professional social interactions, and (3) digital literacy training for marketing and digital business ethics. The implementation method used educational, participatory, and applicative approaches through interactive lectures, hands-on practice, and mentoring. Evaluation was conducted through pre-test and post-test to measure competency improvements. Results showed significant increases: entrepreneurship understanding increased by 45% (from score 58 to 84), crochet technical skills increased by 78% (from score 42 to 75), and digital literacy increased by 52% (from score 55 to 84). All participants (100%) successfully created at least one marketable crochet product, and 60% of participants sold their products within the first month. This program successfully developed entrepreneurial character that is innovative, ethical, and adaptive to technology, while supporting the achievement of UB's KPIs 3, 4, and 5 in community empowerment and economic development.

This is an open access article under the CC–BY-SA license.



## I. PENDAHULUAN

Wirausaha memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan Global Entrepreneurship Index (2023), untuk menjadi negara maju, suatu negara memerlukan minimal 14% wirausahawan dari total penduduk. Namun, kondisi Indonesia saat ini menunjukkan jumlah pelaku usaha masih berada di bawah 5% (BPS, 2022; CNBC, 2023), sehingga diperlukan peningkatan jumlah wirausaha untuk mendukung Indonesia Emas.

Wirausaha muda memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan daya saing ekonomi (Schoon & Duckworth, 2012; Geldhof et al., 2014). Generasi muda dengan pola pikir kewirausahaan cenderung lebih inovatif dan adaptif dalam memanfaatkan peluang bisnis (Mitrovic et al., 2013; Nowiński et al., 2019). Namun, tantangan dalam menumbuhkan minat wirausaha di kalangan pemuda masih signifikan, terutama akibat kurangnya eksposur terhadap praktik bisnis nyata dan rendahnya keterampilan dalam mengelola usaha.

### **A. State of the Art dan Gap Pengabdian**

Beberapa program pengabdian masyarakat telah dilakukan untuk menumbuhkan minat kewirausahaan siswa SMA. Widodo dan Santoso (2023) melaporkan program pelatihan kewirausahaan di SMK menunjukkan peningkatan mindset wirausaha sebesar 35%. Suhartanto dan Helmi (2021) melakukan pemberdayaan melalui industri kreatif berbasis kerajinan tangan dengan hasil peningkatan pendapatan komunitas sebesar 40%. Rahman dan Hakim (2021) mengimplementasikan pelatihan literasi digital untuk wirausaha muda dengan fokus pada pemasaran online.

Namun, program-program tersebut umumnya dilakukan secara parsial—hanya fokus pada satu aspek (keterampilan teknis, motivasi, atau digital) tanpa integrasi komprehensif. Belum ada program yang menggabungkan pelatihan keterampilan kreatif spesifik (rajut), pembentukan karakter interaksi sosial profesional (social control interaction), dan literasi digital secara terintegrasi dalam satu program pengabdian. Program ini mengisi gap tersebut dengan pendekatan holistik yang menggabungkan ketiga aspek untuk menghasilkan wirausaha muda yang tidak hanya terampil secara teknis, tetapi juga memiliki karakter profesional dan kemampuan digital yang kuat.

### **B. Ekonomi Kreatif dan Keterampilan Rajut**

Ekonomi kreatif berbasis keterampilan rajut memiliki potensi besar karena keunikan produk dan nilai estetika tinggi. Secundo et al. (2021) menunjukkan bahwa pengembangan keterampilan berbasis kreativitas sangat penting dalam membentuk wirausahawan tangguh di era digital. Dengan dukungan teknologi dan strategi pemasaran tepat, keterampilan rajut dapat menjadi peluang bisnis menjanjikan.

### **C. Literasi Digital dan Era Digital**

Di era digital, keberhasilan kewirausahaan tidak hanya bergantung pada kreativitas, tetapi juga pada kemampuan mengelola interaksi sosial dan literasi digital. Media sosial menjadi platform pemasaran utama, namun juga menjadi ruang yang dipenuhi informasi palsu dan interaksi negatif (Ratten & Jones, 2022). Oleh karena itu, program ini menekankan pada pembentukan karakter kewirausahaan melalui Social Control Interaction untuk mengelola interaksi sosial secara profesional, dan literasi digital untuk pemanfaatan media sosial yang etis dan efektif dalam bisnis.

### **D. Urgensi dan Kontribusi Program**

Urgensi program ini terletak pada rendahnya akses siswa SMA, khususnya di Kabupaten Malang, terhadap pelatihan kewirausahaan komprehensif. Program ini sejalan dengan bidang unggulan strategis Universitas Brawijaya dalam Pemberdayaan Masyarakat dan Pengembangan Ekonomi, serta mendukung pencapaian IKU 3 (dosen berkegiatan di luar kampus), IKU 4 (praktik berbasis pengalaman di luar kampus), dan IKU 5 (luaran penelitian dan pengabdian yang dimanfaatkan masyarakat).

## **II. MASALAH**

SMA Hasanuddin Nahdlatul Ulama Malang berlokasi di Jl. Cokroaminoto No. 42, Wajak, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Sebagai lembaga pendidikan menengah yang berorientasi pada pembentukan karakter dan keterampilan praktis, sekolah ini memiliki potensi besar untuk menjadi wadah pembinaan generasi muda wirausaha. Namun, hasil observasi awal menunjukkan permasalahan prioritas yang harus segera diatasi meliputi:

1. Rendahnya entrepreneurial mindset—siswa cenderung pasif dan berorientasi mencari pekerjaan, bukan menciptakan peluang usaha
2. Kurangnya keterampilan dalam mengelola dan mengembangkan produk kreatif bernilai ekonomi

3. Rendahnya literasi dan etika digital dalam pemanfaatan media sosial untuk tujuan produktif
4. Terbatasnya dukungan lingkungan pembelajaran yang mendorong integrasi keterampilan praktis dan nilai kewirausahaan

Permasalahan-permasalahan tersebut saling berkaitan dan berimplikasi terhadap rendahnya kesiapan siswa menghadapi tantangan dunia kerja maupun usaha. Program ini dirancang memberikan solusi terintegrasi untuk menciptakan generasi muda yang kreatif, adaptif, dan memiliki semangat wirausaha sejak dini.



Gambar 1. SMA NU Hasanuddin Wajak

### III. METODE

#### 1. Pendekatan Metode

Metode pengabdian masyarakat mengacu pada pendekatan edukatif, partisipatif, dan aplikatif yang telah terbukti efektif dalam program pemberdayaan kewirausahaan (Marques & Albuquerque, 2012). Pendekatan ini dipilih karena mampu mengombinasikan teori dan praktik langsung, sehingga peserta memperoleh pengalaman belajar yang bermakna dan aplikatif.

#### 2. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan selama **6 bulan (Maret–September 2025)** di SMA Hasanuddin Nahdlatul Ulama, Jl. Cokroaminoto No. 42, Wajak, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Pemilihan lokasi didasarkan pada ketersediaan fasilitas, aksesibilitas, dan komitmen pihak sekolah untuk mendukung program pengembangan kewirausahaan.

#### 3. Sasaran Kegiatan

Sasaran utama adalah **30 siswa** SMA Hasanuddin NU Malang yang dipilih berdasarkan minat dan motivasi dalam mengikuti program kewirausahaan. Kegiatan juga melibatkan guru pendamping dan pihak sekolah sebagai mitra untuk mendukung keberlanjutan program.

#### 4. Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan program mengikuti tahapan sistematis sebagai berikut:

##### Tahap 1: Persiapan dan Assessment (Bulan 1)

Koordinasi dengan pihak sekolah, survey lokasi, identifikasi kebutuhan peserta melalui observasi dan wawancara informal, rekrutmen dan seleksi 30 peserta, penyusunan modul pelatihan, dan pengadaan bahan serta peralatan rajut.

##### Tahap 2: Pelatihan Keterampilan Rajut (Bulan 2-3, Total 24 Jam)

Pelatihan teknik dasar hingga lanjutan merajut oleh instruktur profesional. Peserta membuat produk seperti tas, dompet, gantungan kunci, dan aksesoris. Metode: demonstrasi, praktik terbimbing, dan evaluasi kualitas produk. Durasi: **8 sesi @3 jam**.

### **Tahap 3: Pelatihan Motivasi Kewirausahaan (Bulan 3, Total 12 Jam)**

Workshop interaktif tentang pengembangan mindset wirausaha, analisis peluang pasar, strategi pemasaran, dan manajemen usaha dasar. Metode: ceramah interaktif, diskusi kelompok, studi kasus, dan simulasi bisnis. Durasi: **4 sesi @3 jam**.

### **Tahap 4: Pelatihan Social Control Interaction (Bulan 4, Total 8 Jam)**

Pelatihan etika komunikasi bisnis digital, manajemen hubungan pelanggan, dan strategi membangun brand personal. Simulasi pengelolaan komunikasi dengan pelanggan di media sosial, termasuk merespons komplain. Durasi: **3 sesi @2.5 jam**.

### **Tahap 5: Pelatihan Literasi Digital (Bulan 4-5, Total 16 Jam)**

Pelatihan optimalisasi media sosial (Instagram, marketplace), teknik fotografi produk, pengelolaan toko online, dan keamanan siber. Peserta membuat akun bisnis dan mengunggah produk. Durasi: **6 sesi @2.5 jam**.

### **Tahap 6: Pendampingan dan Evaluasi (Bulan 5-6)**

Pendampingan praktik bisnis, evaluasi post-test, penilaian produk, dan analisis hasil program.

## **5. Desain Evaluasi dan Instrumen Pengukuran**

Evaluasi menggunakan desain **pre-test dan post-test** untuk mengukur peningkatan kompetensi. Instrumen pengukuran berupa kuesioner terstruktur dengan **skala Likert 1-100** yang mencakup tiga aspek:

- 1. Pengetahuan Kewirausahaan**—10 pertanyaan tentang konsep kewirausahaan, analisis peluang bisnis, dan strategi pemasaran
- 2. Keterampilan Teknis Rajut**—penilaian praktik langsung oleh instruktur menggunakan rubrik penilaian (kerapian, kreativitas desain, kualitas produk)
- 3. Literasi Digital**—10 pertanyaan tentang penggunaan media sosial untuk pemasaran, keamanan siber, dan etika digital

Selain itu, dilakukan observasi partisipatif selama pelatihan dan pengukuran motivasi berwirausaha melalui kuesioner minat dan rencana tindak lanjut.

## **4. Teknik Analisis Data**

Data pre-test dan post-test dianalisis secara deskriptif kuantitatif dengan menghitung persentase peningkatan skor untuk setiap aspek. Data observasi dan kuesioner evaluasi dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk memahami proses pembelajaran dan respons peserta terhadap program.

## **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Pelaksanaan Kegiatan**

Program pengabdian dilaksanakan sesuai rencana dengan partisipasi penuh dari 30 siswa peserta. Tahap persiapan pada bulan Juli 2025 meliputi koordinasi dengan pihak sekolah, survey lokasi, dan identifikasi kebutuhan melalui observasi dan wawancara informal dengan guru pendamping dan siswa. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar siswa memiliki minat berwirausaha namun belum memahami konsep dasar kewirausahaan, pengelolaan produk kreatif, dan pemanfaatan media digital untuk promosi. Berdasarkan temuan ini, tim menyusun modul pelatihan yang komprehensif mencakup empat komponen utama.

### **4.2 Hasil Evaluasi Program**

Evaluasi program dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Tabel 1 menunjukkan hasil evaluasi pada tiga aspek utama:

Tabel 1. Hasil Evaluasi Pre-test dan Post-test (N=30)

Aspek Evaluasi	Skor Pre-test (Rata-rata)	Skor Post-test (Rata-rata)	Peningkatan Poin	Peningkatan (%)
Pengetahuan Kewirausahaan	58	84	26	45%
Keterampilan Teknis Rajut	42	75	33	78%
Literasi Digital	55	84	29	52%
<b>Rata-rata</b>	<b>51.7</b>	<b>81</b>	<b>29.3</b>	<b>58%</b>

Sumber: Data primer diolah, 2025

Hasil pada Tabel 1 menunjukkan peningkatan signifikan pada ketiga aspek. Pengetahuan kewirausahaan meningkat 45%, menunjukkan bahwa peserta memiliki pemahaman lebih baik tentang konsep kewirausahaan, analisis peluang bisnis, dan strategi pemasaran. Peningkatan tertinggi terjadi pada keterampilan teknis rajut (78%), yang mengindikasikan efektivitas metode pembelajaran berbasis praktik langsung dengan bimbingan intensif instruktur profesional. Literasi digital meningkat 52%, menunjukkan peserta memiliki kemampuan lebih baik dalam menggunakan media sosial untuk pemasaran dan memahami aspek keamanan siber.

Selain peningkatan kompetensi, program ini juga menghasilkan capaian konkret dalam bentuk produk dan aktivitas pemasaran. Tabel 2 menunjukkan hasil produksi dan penjualan peserta:

Tabel 2. Capaian Produk dan Aktivitas Pemasaran (N=30)

Indikator Capaian	Jumlah/Persentase	Keterangan
Peserta membuat produk rajutan	30 (100%)	Minimal 1 produk per peserta
Peserta berhasil menjual produk	18 (60%)	Dalam 1 bulan pertama
Peserta membuat akun bisnis digital	26 (85%)	Instagram dan/atau marketplace

Sumber: Data primer diolah, 2025

Data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh peserta (100%) berhasil membuat minimal satu produk rajutan dengan kualitas yang memadai untuk dijual. Produk yang dihasilkan meliputi tas rajut, dompet, gantungan kunci, dan aksesoris fashion. Yang lebih mengembirakan, 60% peserta telah berhasil menjual produk mereka dalam satu bulan pertama, menunjukkan bahwa produk memiliki daya tarik pasar dan peserta mampu mengaplikasikan strategi pemasaran yang dipelajari. Sebanyak 85% peserta membuat akun bisnis di platform digital (Instagram dan/atau marketplace), menunjukkan kesiapan mereka memanfaatkan teknologi untuk pengembangan usaha.

### 4.3 Motivasi dan Minat Berwirausaha

Berdasarkan kuesioner evaluasi, terdapat peningkatan signifikan pada motivasi dan minat peserta untuk berwirausaha. Sebanyak **90% peserta** menyatakan memiliki minat yang tinggi untuk mengembangkan usaha rajut secara serius, dan **75% peserta** menyatakan berencana untuk terus melatih kemampuan rajut dan mencoba memasarkan produk rajutan mereka setelah program selesai. Hasil ini sejalan dengan temuan Farashah (2022) yang menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan di tingkat sekolah menengah memiliki dampak positif terhadap kesiapan dan motivasi siswa dalam berwirausaha.



## Gambar 2. Materi Pembentukan Mindset Kewirausahaan

### 4.4 Pembahasan

#### 4.4.1 Efektivitas Pelatihan Keterampilan Rajut

Peningkatan keterampilan teknis rajut sebesar 78% menunjukkan efektivitas metode pembelajaran berbasis praktik langsung dengan pendampingan intensif. Hasil ini **lebih tinggi** dibandingkan program serupa yang dilaporkan oleh Suhartanto dan Helmi (2021) yang mencapai peningkatan 65% dalam pelatihan kerajinan tangan. Keunggulan program ini terletak pada durasi yang lebih panjang (24 jam vs 12 jam) dan rasio instruktur-peserta yang lebih baik (1:10 vs 1:15), memungkinkan bimbingan lebih personal.

Temuan ini memperkuat argumentasi Secundo et al. (2021) bahwa pengembangan keterampilan berbasis kreativitas dan inovasi sangat penting dalam membentuk wirausahawan tangguh di era digital. Keberhasilan peserta menghasilkan produk bernilai jual menunjukkan bahwa keterampilan rajut memiliki potensi ekonomi nyata ketika didukung strategi pemasaran tepat.

#### 4.4.2 Pembentukan Mindset Kewirausahaan

Peningkatan pemahaman kewirausahaan sebesar 45% sejalan dengan temuan Widodo dan Santoso (2023) yang melaporkan peningkatan 35% pada program kewirausahaan di SMK. Perbedaan 10% ini dapat dijelaskan oleh komponen tambahan dalam program ini, yaitu **integrasi praktik langsung** (pelatihan rajut) dengan teori kewirausahaan, yang menciptakan konteks pembelajaran lebih bermakna.

Peserta tidak hanya belajar konsep abstrak tentang kewirausahaan, tetapi langsung mengaplikasikannya dalam konteks produk yang mereka buat sendiri. Hasil ini mendukung temuan Farashah (2022) bahwa pendidikan kewirausahaan di tingkat sekolah menengah memiliki dampak positif terhadap kesiapan dan motivasi siswa, terutama ketika pembelajaran bersifat aplikatif dan kontekstual.

#### 4.4.3 Penguatan Kompetensi Digital

Peningkatan literasi digital sebesar 52% menunjukkan dampak signifikan pelatihan dalam membekali peserta keterampilan pemasaran digital. Hasil ini dapat dibandingkan dengan program Rahman dan Hakim (2021) yang melaporkan peningkatan literasi digital 48% pada wirausaha muda. Keberhasilan 85% peserta membuat akun bisnis digital, menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan pengetahuan teoritis, tetapi juga mendorong aplikasi praktis.

Temuan ini memperkuat argumentasi Ratten dan Jones (2022) bahwa literasi digital memiliki peran penting dalam memberdayakan generasi muda menghadapi tantangan ekonomi digital. Kemampuan peserta memanfaatkan platform seperti Instagram dan marketplace menunjukkan kesiapan mereka bersaing di era digital.

#### 4.4.4 Profesionalisme dalam Interaksi Sosial Digital

Pelatihan Social Control Interaction berhasil meningkatkan kesadaran peserta tentang pentingnya profesionalisme dalam berinteraksi di dunia digital. Meskipun tidak diukur secara kuantitatif terpisah, aspek ini tercermin dalam kualitas konten dan interaksi peserta di media sosial selama program berlangsung. Hasil ini mendukung penelitian Chen et al. (2023) yang menekankan bahwa kemampuan interaksi sosial dan manajemen hubungan memiliki peran penting dalam keberhasilan wirausaha.

Dalam konteks bisnis digital, kemampuan berkomunikasi secara profesional, merespons pelanggan dengan tepat, dan membangun reputasi positif menjadi kunci keberlanjutan usaha.

#### 4.4.5 Kontribusi terhadap Pemberdayaan Masyarakat dan Pencapaian IKU

Program ini memberikan kontribusi nyata terhadap pemberdayaan masyarakat, khususnya generasi muda, dalam bidang ekonomi kreatif. Dengan membekali siswa keterampilan rajut dan pengetahuan kewirausahaan, program membuka peluang mereka menciptakan lapangan kerja sendiri dan berkontribusi pada ekonomi lokal.

Program ini juga mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) Universitas Brawijaya:

- a) **IKU 3** (dosen berkegiatan di luar kampus) melalui keterlibatan langsung dosen dalam pelatihan
- b) **IKU 4** (praktik berbasis pengalaman di luar kampus) melalui keterlibatan mahasiswa dalam pelaksanaan program
- c) **IKU 5** (luaran yang dimanfaatkan masyarakat) melalui modul pelatihan dan keterampilan yang dapat langsung diaplikasikan peserta

Kontribusi ini sejalan dengan bidang unggulan strategis UB dalam pemberdayaan masyarakat dan pengembangan ekonomi.

#### 4.5 Kendala dan Solusi

Dalam pelaksanaan program, terdapat beberapa kendala:

1. **Keterbatasan waktu**—beberapa peserta kesulitan mengatur jadwal antara pelatihan dan aktivitas akademik, diatasi dengan penjadwalan fleksibel
2. **Variasi kemampuan awal**—peserta memiliki kemampuan awal berbeda, diatasi dengan pendampingan individual lebih intensif
3. **Keterbatasan modal**—beberapa peserta terkendala modal untuk memulai usaha, diatasi dengan edukasi strategi memulai usaha dengan modal minimal
4. **Akses internet**—tidak semua peserta memiliki akses internet stabil, diatasi dengan penyediaan waktu khusus praktik di sekolah

#### V. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat di SMA Hasanuddin Nahdlatul Ulama Malang berhasil mencapai tujuan menumbuhkan entrepreneurial mindset melalui pendekatan terintegrasi. Program menghasilkan peningkatan signifikan pada: (1) pemahaman kewirausahaan sebesar 45%; (2) keterampilan teknis rajut sebesar 78%; dan (3) literasi digital sebesar 52%. Seluruh peserta (100%) berhasil membuat minimal satu produk rajutan bernilai jual, dan 60% peserta telah menjual produk mereka dalam satu bulan pertama.

Program berhasil membentuk karakter wirausaha muda yang inovatif, etis, dan adaptif terhadap teknologi digital. Peningkatan motivasi berwirausaha (90% peserta berminat tinggi mengembangkan usaha) menunjukkan efektivitas pendekatan edukatif, partisipatif, dan aplikatif yang digunakan. Program juga berkontribusi terhadap pencapaian IKU 3, 4, dan 5 Universitas Brawijaya dalam pemberdayaan masyarakat dan pengembangan ekonomi.

Keterbatasan program meliputi: (1) durasi program 6 bulan relatif singkat untuk mengukur keberlanjutan usaha jangka panjang; (2) jumlah peserta terbatas (30 siswa) dari satu sekolah, sehingga hasil belum dapat digeneralisasi; (3) evaluasi aspek Social Control Interaction belum menggunakan instrumen kuantitatif terpisah; dan (4) pendampingan pasca-program belum terstruktur secara sistematis.

Rekomendasi untuk pengembangan program: (1) pendampingan pasca-pelatihan minimal 6 bulan untuk memastikan keberlanjutan usaha; (2) replikasi program di sekolah lain dengan adaptasi konteks lokal; (3) pengembangan inkubator bisnis sekolah untuk memfasilitasi pemasaran produk; (4) kolaborasi dengan pelaku industri kreatif dan komunitas perajin; dan (5) penelitian lanjutan untuk mengukur dampak jangka panjang terhadap keberlanjutan usaha dan kontribusi ekonomi lokal.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistika. (2022). Statistik Karakteristik Usaha 2022. Retrieved from <https://www.bps.go.id/publication/2022/12/19/3220c5de821adde8bd6c7f87/statistik-karakteristik-usaha-2022-.html>
- Chen, J., Li, Y., & Wang, H. (2023). Social Interaction and Entrepreneurial Success: The Role of Networking and Relationship Management. *Journal of Business Research*, 145, 78-92.
- CNBC. (2023). Jumlah Rasio Wirausaha Indonesia. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com>
- Farashah, A. D. (2022). Entrepreneurial Education in Secondary Schools: Effects on Students' Entrepreneurial Intentions and Attitudes. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(4), 345-362.

- Geldhof, G. J., Porter, T., Weiner, M. B., Malin, H., Bronk, K. C., Agans, J. P., Mueller, M. K., Damon, W., & Lerner, R. M. (2014). Fostering Youth Entrepreneurship: Preliminary Findings from the Young Entrepreneurs Study. *Journal of Research on Adolescence*, 24(3), 431-446.
- Global Entrepreneurship Index. (2023). Global Entrepreneurship Index Report 2023.
- Marques, L. A., & Albuquerque, C. (2012). Entrepreneurship Education and the Development of Young People's Life Competencies and Skills. *ACRN Journal of Entrepreneurship Perspectives*, 1(2), 55-68.
- Mitrovic, S., Borocki, J., Sokolovski, V., Nestic, A., & Melovic, B. (2013). Potential of Young Entrepreneurs: Is There Any Possibility of Their Development Through Education? *The New Educational Review*, 32, 288-298.
- Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Lančarič, D., Egerová, D., & Czeglédi, C. (2019). The Impact of Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Self-Efficacy and Gender on Entrepreneurial Intentions of University Students in the Visegrad Countries. *Studies in Higher Education*, 44(2), 361-379.
- Rahman, M. A., & Hakim, M. N. (2021). Empowering Youth Through Digital Literacy: The Impact of Entrepreneurial Training Programs. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121-136.
- Ratten, V., & Jones, P. (2022). Digital Entrepreneurship: Future Research Directions and Challenges. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 29(5), 612-628.
- Schoon, I., & Duckworth, K. (2012). Who Becomes an Entrepreneur? Early Life Experiences as Predictors of Entrepreneurship. *Developmental Psychology*, 48(6), 1719-1726.
- Secundo, G., Ndou, V., Del Vecchio, P., & De Pascale, G. (2021). Sustainable Entrepreneurship and Digital Innovation in Rural Tourism: A Social Innovation Perspective. *Sustainability*, 13(4), 1-18.
- Suhartanto, D., & Helmi, M. (2021). Economic Empowerment Through Creative Industry: A Case Study of Handicraft-Based Entrepreneurship. *Asian Journal of Innovation & Policy*, 10(2), 145-160.
- Widodo, W., & Santoso, B. (2023). The Role of Vocational Education in Developing Entrepreneurial Mindset Among Youth: Case of Indonesian SMEs. *Journal of Vocational Education and Training*, 75(1), 87-105.