

**STRATEGI PROGRAM *DIGITAL ENTREPRENEURSHIP*  
ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI SMK NURUL ULUM  
LEBAKSIU**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan S1  
dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam



Oleh:

**NADIA MAIDA AMALIA**

**NIM: 1903036037**

**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG**

**2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nadia Maida Amalia

NIM : 1903036037

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Program Studi : S1

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

### **STRATEGI PROGRAM *DIGITAL ENTERPRENEURSHIP ERA* REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI SMK NURUL ULUM LEBAKSIU**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 30 Maret 2023

Pembuat Pernyataan,



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nadia Maida Amalia'.

**Nadia Maida Amalia**

NIM: 1903036037



## PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus II) Ngaliyan Telp. 024-7601295  
Fax. 024-7615387 Semarang 50185

### PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Judul : Strategi Program *Digital Entrepreneurship* Era Revolusi Industri 4.0 di SMK  
Nurul Ulum Lebaku  
Penulis : Nadia Maida Amalia  
NIM : 1903036037  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Telah diujikan dalam sidang munaqosyah oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam ilmu Manajemen Pendidikan Islam.

Semarang, 14 April 2023

### DOSEN PENGUJI

Ketua Sidang

Muh. Ahlis Ahwan, S.Hum., M.I.P  
NIP. 198507272019031007



Sekretaris Sidang

Drs. H Wahyudi, M.Pd  
NIP. 19680314195031001

Penguji I

Dr. Fahrurrozi, M.Ag  
NIP. 197708162005011003

Penguji II

Baqiyatuh Skotibah, S.Th.L., M.Si  
NIDN. 2027068601

Pembimbing

Syaiful Bakri, M.MSI  
NIP. 198810302019031011

Si Diminta dengan CamScanner

CS Dipindai dengan CamScanner

# LEMBAR PENGESAHAN

Semarang, 02 April 2023

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

UIN Walisongo

Semarang

*Asslamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah artikel dengan:

Judul : Strategi Program Digital Entrepreneurship Era Revolusi Industri 4.0  
di SMK Nurul Ulum Lebaksiu.  
Nama : Nadia Maida Amalia  
NIM : 1903036037  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Saya memandang bahwa naskah artikel tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo untuk diujikan dalam siding Munaqisyah.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 02 April 2023

Pembimbing



**Syaiful Bakhri, M.MSI**

NIP. 198810302019031011



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**  
**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus II) Ngaliyan Telp. 024-7601295

Fax. 024-7615387 Semarang 50185

---

---

## **NOTA PEMBIMBING**

Semarang, 30 Maret 2023

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
UIN Walisongo Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : **Strategi Program Digital Entrepreneurship Era Revolusi Industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu**  
Nama : Nadia Maida Amalia  
NIM : 1903036037  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Program Studi : SI

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang untuk diujikan dalam Sidang Munaqosyah.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing,



**Syaiful Bakhri, M.MSI**

NIP. 198810302019031011

## **ABSTRAK**

Judul : Strategi Digital Entrepreneurship Era Revolusi Industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu  
Penulis : Nadia Maida Amalia

NIM

: 1903036037

Strategi *digital* merupakan salah satu rancangan rencana untuk membangun bisnis di dunia digital yaitu lewat media social. Kepala sekolah yang baik adalah yang mampu mengupayakan peningkatan *entrepreneurship* melalui program digital entrepreneurship. Dalam penelitian ini berfokus pada permasalahan : 1) Bagaimana strategi program *digital entrepreneurship* era revolusi industry 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu? 2) Bagaimana spirit program *digital entrepreneurship* era revolusi industry 4.0? 3) Bagaimana implikasi program *digital entrepreneurship* era revolusi industry 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu?

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Dengan teknik pengumpulan data yaitu : wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang diperoleh dan analisis dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi teknik dan sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *digital entrepreneurship* sudah meningkat atau membawa nama baik sekolah. Peneliti ini menemukan bahwa 1) Strategi *digital entrepreneurship* ini sudah memiliki perkembangan yang sangat cukup baik, dengan mengikuti event-event yang diadakan oleh pihak sekolah lain, sehingga sekolah bisa menjadikan inspirasi pada sekolah lain. 2) Spirit dalam program digital *entrepreneurship* sudah mengalami perkembangan, dimana setiap guru dan siswa mempunyai antusias atau semangat yang besar dalam pengadaan program *digital entrepreneurship* 3) Implikasi hasil program digital entrepreneurship siswa mampu membawakan nama baik sekolah, dan juga sekolah bisa menghasilkan lulusan yang bermanfaat serta bisa melanjutkan bisnis online.

***Kata Kunci*** : Strategi, Digital Entrepreneurship, Revolusi Industri

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam disertasi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan

Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

ا	a	ط	ṭ
ب	b	ظ	ẓ
ت	t	ع	=
ث	ṣ	غ	g
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ه	l
ذ	ẓ	م	m
ر	r	ن	n
س	z	و	w
ع	s	ه	h
ي	sy	ء	‘
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

**Bacaan Mad:**

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

**Bacaan Diftong:**

au = اُو

ai = اَي

iy = اِي

**MOTTO HIDUP**



*“Yakin adalah kunci jawaban dari segala permasalahan apapun. Dengan bermodalkan yakin bisa menumbuhkan semangat hidup”*

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji Syukur kepada Allah Swt. yang memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sholawat dan salam senantiasa kita haturkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW yang telah membimbing kita sehingga sampai pada masa keislaman yang penuh dengan rahmat.

Berkat rahmat dan karunia Allah Swt., penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Digital Entrepreneurship Era Revolusi Industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu” sebagai bagian dari persyaratan guna memperoleh gelar sarjana pendidikan dalam program studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI). Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari Allah Swt., bimbingan, dan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, dengan demikian penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag, selaku rektor UIN Walisongo Semarang
2. Dr. H. Ahmad Ismail, M.Ag., M.Hum selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan izin penelitian dalam rangka penyusunan skripsi.
3. Dr. Fatkuroji, M.Pd. dan Agus Khunaifi, M.Ag selaku Ketua dan sekretaris jurusan Manajemen Pendidikan Islam.
4. Bapak Syaiful Bakhri, M.MSI selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk selalu

memberikan bimbingan hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Bapak Agus Munthohar selaku Wali dosen yang telah memberikan dukungan selama menjalani perkuliahan dari awal sampai dititik ini.
6. Bapak Aries Munandar, S.Fil.I.MM selaku Kepala sekolah SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal yang telah mengizinkan penulis dalam melakukan penelitian.
7. Ibu Nur Asiyatun S.Pd selaku Guru Kewirausahaan di SMK Nurul Ulum Lebaksiu yang telah berkenan membantu penulis dalam melakukan penelitian.
8. Seluruh bapak dan ibu guru serta tenaga kependidikan SMK Nurul Ulum Lebaksiu yang telah berkenan membantu penulis dalam proses penelitian.
9. Segenap dosen staf dan seluruh civitas akademika di lingkungan UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan berbagai pengetahuan dan pengalaman selama di bangku perkuliahan.
10. Orang tuaku tercinta Bapak Muhammad Pramu Agustono S.pd. dan Ibu Azizatushidqoh S.Pd. yang tak henti-hentinya memberikan dukungan baik moral, material, dan spiritual. Semoga bapak dan ibu selalu dalam lindungan Allah Swt. dan diberikan keberkahan dunia akhirat.
11. Adikku Khusna Atiya beserta keluarga besar K.H Abdul Ghofar dan Keluarga besar K.H Syamsudin yang telah memberikan dukungan serta doa dan memberikan semangat dalam menyelesaikan studi.
12. Dr. KH. Ahmad Musyaffiq, M.Ag. dan Dr. Ni'mah Rahmawati, M.Si.

- beserta keluarga besar Pondok Pesantren Al-Ihya' Semarang yang telah membimbing dan mendukung penulis.
13. Keluarga besar Pondok Pesantren Al-Hikmah 2 yang telah memberikan bimbingan dan dukungan kepada penulis.
  14. Keluarga besar MPI A 2019 ( ADELFOSE) dan MPI angkatan 2019 (KUMBARA) yang telah kebersamai dalam masa perkuliahan sehingga menjadi keluarga.
  15. Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (HMJ MPI) yang telah menemani berproses dari mahasiswa baru hingga sekarang.
  16. Keluarga besar Dewan Mahasiswa Fakultas (DEMA F) yang telah kebersamai di setiap proses berorganisasi dan perkuliahan.
  17. Keluarga Magang Kemendikbud kota Tegal yang telah menemani dan memberikan dukungan selama menjalani proses magang dan perkuliahan.
  18. Keluarga PPL MI Darul Ulum Semarang yang telah menemani dan memberikan dukungan selama menjalani proses PPL dan perkuliahan.
  19. Keluarga Magang Perpustakaan Universitas Semarang yang telah menemani dan memberikan dukungan selama menjalani proses magang perpustakaan dan perkuliahan.
  20. Keluarga KKN MMK Kelompok 15 yang telah memberikan dukungan serta doa selama menjalani proses KKN dan perkuliahan.
  21. Terimakasih kepada pemilik NIM C2A019005 yang telah memberikan support dalam setiap prosesnya.
  22. Sahabatku tercinta Muthia Syafira Rozati, Wisa Salma, Adhesti

Amalia, Adnin purnamasari, Lia safitri, Ina Adedy, Debby, Gita triyana, Awit setiawati yang telah memberikan semangat dan doa di setiap proses perkuliahan.

23. Seluruh sahabat penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih telah memberikan dukungan dan doa hingga penulis dapat sampai di titik ini.

Penulis tidak dapat memberikan suatu apapun selain ucapan terimakasih dan do'a yang dapat penulis panjatkan semoga Allah SWT menerima amal baik mereka, serta membalasnya dengan sebaik-baiknya balasan. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari kekurangan dan kesalahan. Kritik dan saran pembaca yang membangun adalah hal yang sangat berharga bagi penulis sehingga kelak skripsi ini dapat diperbaiki. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam bidang keilmuan khususnya bagi penulis maupun pembaca. Aamiin.

***Wassalamu'alaikum Wr. Wb.***

Semarang, 30 Maret 2023

Penulis,



**Nadia Maida Amalia**

NIM. 1903036037

**DAFTAR ISI**

<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>viii</b>
<b>MOTTO HIDUP.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	13
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	13
<b>BAB II STRATEGI DAN PROGRAM DIGITAL</b>	
<b>ENTREPRENEURSHIP .....</b>	<b>15</b>
A. Deskripsi Teori .....	15
a. Pengertian Strategi .....	15
b. Fungsi Strategi.....	15
c. Jenis –jenis Strategi Pemasaran.....	17
d. Konsep Strategi Pemasaran .....	19
B. Program Digital Entrepreneurship.....	33
1. Pengertian Program <i>Digital Entrepreneurship</i> .....	33
2. Pengertian Revolusi Industri 4.0.....	35
C. Analisis SWOT.....	37

D. Kajian Pustaka.....	39
H. Kerangka Berfikir.....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	48
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	50
C. Sumber Data.....	51
D. Fokus Penelitian .....	51
E. Teknik Pengumpulan Data .....	52
F. Observasi.....	52
G. Wawancara.....	53
H. Dokumentasi.....	55
I. Uji Keabsahan Data.....	56
J. Teknik Analisis Data.....	58
<b>BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>60</b>
A. Deskripsi Data .....	60
1. Gambaran Umum SMK Nurul Ulum Lebaksiu.....	60
2. Prospek Program Digital Entrepreneurship Era Revolusi Industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu .....	78
3. Spirit dalam penerapan program <i>digital entrepreneurship</i> ....	110
4. Implikasi Program Digital Entrepreneurship di SMK Nurul Ulum Lebaksiu.....	114
B. Analisis Data .....	117
1. Prospek Program <i>Digital Entrepreneurship</i> Era Revolusi Industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu .....	118

2. Spirit Progam <i>Digital Entrepreneurship</i> Era Revolusi Industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu.....	120
3. Implikasi Program <i>Digital Entrepreneurship</i> Era Revolusi Industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu .....	122
C. Keterbatasan Penelitian .....	124
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>127</b>
A. Kesimpulan.....	127
B. Saran.....	128
C. Kata Penutup .....	129
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>130</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>137</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>160</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Strategi Pemasaran .....	21
Tabel 1. 2 Empat P Bauran Pemasaran .....	23
Tabel 1. 3 Kerangka Berfikir.....	47
Tabel 1. 4 Identitas Sekolah .....	67
Tabel 1. 5 Kontak Sekolah .....	68
Tabel 1. 6 Jumlah Guru dan Peserta Didik.....	69
Tabel 1. 7 Jumlah Guru dan Pegawai.....	70
Tabel 1. 8 Nama Guru dan Data Keadaan Guru.....	71
Tabel 1. 9 Rekap data peserta didik SMK Nurul Ulum Lebaksiu .....	75
Tabel 1. 10 Sarana dan Prasarana.....	77
Tabel 1. 11. Daftar nama-nama siswa meneruskan digital marketing...	116
Tabel 1. 12 Program Layanan dan Produk SMK Nurul Ulum .....	117
Tabel 1. 13 Rekap penjualan Telur Asin.....	119
Tabel 1. 14 Jumlah Siswa Akuntansi dan Keuangan Lembaga Tahun 2021 dan 2022 .....	119
Tabel 1. 15 Dampak dari program digital entrepreneurship.....	123

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 3 Foto SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal .....	64
Gambar 1. 4 Melakukan Quality Control Telur Asin.....	95
Gambar 1. 5 Laporan laba rugi penualan telur asin.....	99
Gambar 1. 6 Dokumentasi event di sekolah.....	102
Gambar 1. 7 Toko di aplikasi shopee .....	109

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini perkembangan bisnis semakin pesat. Ditandai dengan adanya munculnya pengusaha-pengusaha yang baru dan semakin kreatif. Persaingan bisnis ini sangat ketat membuat perilaku bisnis selalu berusaha untuk mempertahankan usahanya dan bersaing untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Suatu usaha didirikan dan dikelola untuk menghasilkan suatu produk yang berkualitas, baik berupa barang maupun jasa. Produk yang dimiliki oleh individu maupun kelompok. Dengan demikian, diperlukan pemasaran yang baik karena pemasaran merupakan salah satu bidang fungsional yang peranannya sangat strategi dalam kehidupan suatu usaha.<sup>1</sup>

Setiap perusahaan saling berlomba-lomba dan berusaha untuk mempertahankan eksistensinya dan menjaga kepercayaan dari konsumen. Ketatnya persaingan ini yang melibatkan banyak pelaku bisnis harus menyesuaikan diri terhadap perkembangan zaman di era globalisasi saat ini.

---

<sup>1</sup> Ronal Nangoe, 1996. *Menetapkan fungsi pemasaran dalam menghadapi persaingan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), hlm. 100

Sebagaimana firman Allah yang dijelaskan dalam Qs. Shad ayat 24 yang berisi tentang agar kita senantiasa menghindari perbuatan dzalim dalam bisnis termasuk dalam proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dalam pemasaran. Adapun bunyi ayatnya sebagai berikut :

قال لقد ظلمك بسؤال نعجتك الي نعا جه وان كثيرا من الخطاء ليبيغي بعضهم علي بعض الا الدين امنوا و علموا الصلحات و قليل ما هم و ظن داود انما فتنه فاستغفر ربه و خر را كعا و اناب

Artinya : Dia (Daud) berkata, “Sungguh, dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk (ditambahkan) kepada kambingnya. Memang banyak diantara orang-orang yang bersekutu itu berbuat zalim kepada yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan; dan hanya sedikitlah mereka yang begitu. ‘Dan Daud menduga bahwa kami mengujinya; maka dia memohon ampun kepada Tuhan-nya lalu menyukur sujud dan bertobat.<sup>2</sup>

Memasuki era modern di masa revolusi industri 4.0 perkembangan teknologi informasi dan komunikasi digital khususnya internet menjadi kebutuhan primer manusia dan hampir semuanya itu terlibat dalam semua kegiatan sehari-hari. Internet ini juga memberikan beberapa ragam manfaat bagi aspek kehidupan, antara lain aspek pendidikan, perdagangan,

---

<sup>2</sup> <https://quran.kemenag.go.id/index.php/sura/38>, diakses tanggal 1 Januari 2023 pukul. 20.00 WIB.

pemerintahan, dan ekonomi. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan pengguna internet di Indonesia periode 2019- kuartal II 2020 mencapai 73,7% dari populasi penduduk Indonesia, dimana angka tersebut setara dengan 196,7% juta pengguna internet dari jumlah 266,9 juta penduduk Indonesia berdasarkan data BPJS. Kenaikan pengguna internet disebabkan adanya efek pandemi Covid-19 dengan mayoritas pengguna mengakses internet lebih dari 8 jam per hari (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2020).

Pada saat pandemic *corona virus disease 2019* (covid-19) telah memberikan dampak multi sector di Indonesia, termasuk sektor ekonomi. Wirausaha adalah menjadi salah satu alternative solusi memulihkan dampak ekonomi tersebut. Namun *Entrepreneurship Global Index 2018* mencatat, jumlah wirausahawan Indonesia masih sangat kecil bila dibandingkan dengan negara-negara tetangga seperti Malaysia (6 persen), Thailand (5 persen) dan Singapura (7 persen). Olehkarena itu perlu di tumbuhkan jiwa kewirausahaan di Indonesia, utamanya pada generasi muda.

Kepemimpinan kepala sekolah merupakan salah satu faktor yang sangat berperan dalam suatu organisasi. Dalam dunia pendidikan sekalipun, kepemimpinan kepala sekolah merupakan faktor utama yang menentukan berhasil atau tidaknya sebuah

lembaga pendidikan. Kepala sekolah dituntut untuk memiliki kompetensi dalam kepemimpinannya agar kreatif, dan inovatif dalam mengelola lembaga pendidikan. Adapun kompetensi yang harus dimiliki oleh kepala sekolah yakni : Kepribadian, manajerial, kewirausahaan, supervisi dan kompetensi sosial. Kompetensi yang dimiliki kepala sekolah merupakan kebebasan dalam mengelola lembaga pendidikan. Dengan adanya dukungan sekolah sebagai institusi pengelolaan pendidikan yang diberikan otonomi secara khusus kepada pemimpin lembaga dalam menentukan kebijakan dan pengambilan keputusan guna meningkatkan efisiensi, efektivitas, mutu dan pemerataan terhadap pendidikan, maka kompetensi tersebut harus dimiliki dan diimplementasikan oleh kepala sekolah.

Kepala sekolah mempunyai peran strategis dalam menentukan maju mundurnya lembaga pendidikan. Hal ini mengharuskan kepala sekolah untuk bertanggung jawab atas terselenggaranya pendidikan dan mengelola seluruh lingkup sekolah, terutama mengelola staf atau guru, peserta didik dan masyarakat. Kemendikbud menyatakan bahwa peningkatan profesionalisme dalam satuan pendidikan merupakan tanggung jawab langsung dari kepala sekolah.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Tim Depag, *Standar Kompetensi Guru Pendidikan Agama Islam*, (Jakarta: Depag RI, 2004), hlm. 94

Adapun seperti yang dijelaskan di atas, salah satu kompetensi kepala sekolah yaitu kewirausahaan, dengan adanya kompetensi ini kepala sekolah akan memiliki tujuan dan harapan yang dituangkan dalam visi, misi dan tujuan sekolah secara realistis, sesuai dengan kemampuan, kondisi dan situasi sekolah.<sup>4</sup> Kewirausahaan ini bertujuan untuk pengelolaan sumber daya yang akan mendukung finansial sekolah serta berfungsi untuk membudidayakan perilaku wirausaha dikalangan masyarakat sekolah, khususnya peserta didik agar dapat memiliki kepribadian yang mandiri.

Kewirausahaan adalah suatu proses dalam melakukan atau menciptakan sesuatu yang baru dengan cara kreatif dan penuh inovasi. Secara bahasa dalam Wikipedia, arti kewirausahaan adalah suatu proses untuk mengembangkan, mengidentifikasi, dan mewujudkan visi dan misi dalam kehidupan. Kata “kewirausahaan” berasal dari kata wira dan usaha. Menurut KBBI wira berarti pejuang, berani dan berwatak agung, berbudi luhur.<sup>5</sup> Sedangkan kata usaha berarti bekerja, berbuat amal, dan berbuat sesuatu. Menurut Ahmad Sanusi (1994) Pengertian kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan

---

<sup>4</sup> Sanusi, Ahmad. 1994. *Menelaah Potensi Perguruan Tinggi untuk Membina Program Kewirausahaan dan Mengantar Pewirausaha Muda, Makalah Seminar*. Kopma IKIP

<sup>5</sup> Kompri, *Standarisasi Kompetensi Kepala Sekolah*, hlm. 36

sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis.

Kemampuan *entrepreneurship* atau kewirausahaan tidak hanya harus dimiliki dan dilakukan oleh para usahawan atau wiraswasta saja, namun juga sudah berkembang dalam lingkup pendidikan. Kemendiknas menyebutkan bahwa program kewirausahaan di lembaga pendidikan bertujuan untuk membentuk manusia secara utuh (*holistic*), sebagai insan yang memiliki karakter, pemahaman dan keterampilan sebagai wirausaha. Pendidikan kewirausahaan harus mampu mengubah pola pikir para peserta didik sebagaimana yang dikemukakan oleh Kasmir (2006). Pendidikan kewirausahaan akan mendorong para pelajar dan mahasiswa agar memulai mengenali dan membuka usaha atau berwirausaha. Pola pikir yang selalu berorientasi menjadi karyawan diputarbalik menjadi berorientasi untuk mencari karyawan.

Kepala sekolah dituntut untuk memiliki kepemimpinan agar kreatif dan inovatif dalam mengelola pendidikannya. Seperti halnya dengan : 1) Kepribadian 2) Manajerial 3) Kewirausahaan 4) Supervisi 5) Kompetensi sosial.<sup>6</sup> Dengan adanya dukungan sekolah sebagai institut pengelolaan pendidikan yang diberikan

---

<sup>6</sup> Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2002), hlm. 8



khusus kepala sekolah untuk memimpin lembaga dalam menentukan kebijakan dan pengambilan keputusan guna meningkatkan suatu efektifitas dan evisiensi juga mutu yang diimplementasikan oleh kepala sekolah.

Dengan demikian kewirausahaan dapat diajarkan melalui penanaman nilai kewirausahaan yang akan membentuk karakter dan perilaku untuk berwirausaha agar para peserta didik kelak dapat mandiri dalam bekerja atau mandiri usaha. Kewirausahaan atau entrepreneur dapat dilakukan oleh siapapun bahkan anak sekolah sekalipun. <sup>7</sup>Salah satu jenjang pendidikan yang memerlukan adanya program kewirausahaan digital yakni Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Dimana seperti yang kita ketahui bahwasanya jenjang pendidikan SMK diperuntukkan bagi lulusan yang nantinya siap memasuki dunia kerja. Hal tersebut sesuai dengan ketentuan Pasal 18 ayat (3) UU Nomor 20 Tahun 2013, “Pendidikan kejuruan merupakan pendidikan menengah yang mempersiapkan peserta didik terutama untuk bekerja dalam bidang tertentu”. Mendikbud pun berpendapat bahwasanya, Pengembangan minat kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dipandang strategis untuk menyiapkan generasi mendatang yang produktif dan berkarakter.

---

<sup>7</sup> Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2002), hlm. 9

Selain bekerja di industri atau melanjutkan studi di jenjang pendidikan tinggi, lulusan SMK juga didorong menjadi wirausaha kreatif. Berdasarkan hal tersebut pemberian program kewirausahaan bagi siswa SMK dirasa merupakan program yang tepat sasaran dimana, ilmu kewirausahaan akan diterapkan oleh siswa SMK baik saat ia masih duduk di bangku SMK maupun saat ia lulus nantinya, sehingga SMK yang dalam pembelajarannya memfokuskan kepada praktik daripada teori membuat siswanya mampu secara efektif dalam melaksanakan program-program kewirausahaan tersebut.

Perkembangan nilai-nilai kewirausahaan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sudah mulai terlihat sejak menggunakan kurikulum 2013. SMK harus memiliki temat khusus untuk menerapkan nilai-nilai kewirausahaannya yaitu seperti kantin-kantin sekolah, koperasi siswa, ruang praktek siswa yang memadai.

Saat ini kita tengah memasuki era digital yang dimana sebagian besar aktivitas dilakukan secara digital. Pada era digital seperti ini, manusia secara umum memiliki gaya hidup baru yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat yang serba elektronik. Teknologi menjadi alat yang mampu membantu sebagian besar kebutuhan manusia. Teknologi telah dapat digunakan oleh manusia untuk mempermudah melakukan apapun tugas dan

pekerjaan. Peran penting teknologi inilah yang membawa peradaban manusia memasuki era digital.<sup>8</sup>

Membangun spirit wirausaha itu sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraannya. Dalam penelitian ini yang dilakukan dan dipresentasikan pada Internasional Conference ICBASS 2014 di Tokyo, Jepang, oleh (Aima dan Susilo, 2014) diketahui factor-factor: pendidikan, pengalaman dan evaluasi terhadap pencapaian berwirausaha menjadi bagian yang paling dominan mempengaruhi pengembangan spirit wirausaha.<sup>9</sup>

Hal tersebut dapat kita lihat dalam penggunaan teknologi yang kita gunakan setiap hari misalnya dalam hal pendidikan teknologi cukup berpengaruh dalam dunia pendidikan contoh kongkritnya yakni, penggunaan aplikasi virtual meetings (zoom, webex, google meet)<sup>10</sup> untuk melakukan pembelajaran jarak jauh akibat adanya pandemi covid-19. Lalu dalam hal perekonomian dan kegiatan usaha contoh dari kegunaan teknologi yakni, aktivitas jual-beli online melalui media sosial atau platform digital (shopee, lazada, dsb). Berdasarkan hal tersebut dapat kita ketahui bahwasanya di

---

<sup>8</sup> *Kementerian Pendidikan Nasional, Badan Penelitian Dan Pengembangan Pusat Kurikulum. Pengembangan Pendidikan Budaya Dan Karakter Bangsa.* (Jakarta: Kemendiknas). 2010. hlm. 1

<sup>9</sup> *Entrepreneurship & Peluang Usaha*, media, 2015 hal 22

<sup>10</sup> Musnaini, et. All. 2021, *Manajemen Pemasaran*, Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri

era digital saat ini teknologi digital sangat berpengaruh dalam kehidupan kita sehari-hari khususnya pada dunia usaha.

Bisnis digital merupakan model bisnis baru yang banyak diminati saat ini di Indonesia hal tersebut dilatarbelakangi karena dalam bidang teknologi informasi, Indonesia memiliki peluang yang sangat besar dengan melihat potensi yang begitu banyak seperti besarnya jumlah demografi penduduk Indonesia, mudahnya mendapatkan akses internet, dan tingginya penetrasi (Musnaini et al., 2020).

Motivasi yang bisa diberikan adalah siswa yang memang memiliki minat yang kuat dalam berwirausaha agar pantang menyerah, dalam artian siswa itu tidak gampang menyerah karena hanya menemukan suatu kegagalan di awal.

Sehingga dalam hal ini diperlukan adanya suatu pembekalan, pemberian materi dan penyampaian ide mengenai pentingnya kewirausahaan digital atau *digital entrepreneurship* bagi para siswa khususnya siswa madrasah untuk memberikan motivasi berbisnis. Oleh karena itu diperlukan adanya peran dari kepemimpinan kepala sekolah melalui program *digital entrepreneurship* bagi para siswa guna menghadapi era perekonomian digital saat ini, sehingga diharapkan para siswa memiliki motivasi berbisnis yang akan bermanfaat bagi masa depan siswa. Sehingga nantinya diharapkan para siswa yang sudah lulus tidak akan kesulitan untuk mencari pekerjaan karena sudah

dibekali dengan adanya program digital entrepreneurship ini.<sup>11</sup> Juga dengan adanya program ini diharapkan akan meningkatkan mutu sekolah khususnya mutu lulusan yang mampu bersaing di dunia kerja dan dunia usaha.<sup>12</sup>

Revolusi Industri Pertama pada abad 18 adalah perubahan produksi yang pertama kali ketika manusia menemukan mesin-mesin bertega uap. Kini Revolusi Industri Keempat ditandai dengan hadirnya integritas dunia online dengan produksi industri. Industri 4.0 tidak hanya menjadikan produksi secara otomatis melainkan juga menghubungkan berbagai sektor produksi secara bersamaan dengan operasi dunia maya yang tersambung secara online (internet)<sup>13</sup> Kehadiran Revolusi Industri 4.0 tidak hanya mengubah industri, namun juga pekerjaan, cara berkomunikasi, berbelanja, bertransaksi, hingga gaya hidup. Oleh karena itu selain mempertahankan eksistensi usaha diperlukan berbagai keterampilan untuk dapat menghadapi era tersebut.

Indonesia salah satunya sudah memasuki era industri 4.0, yang ditandai dengan adanya bisnis yang kesehariannya menggunakan

---

<sup>11</sup> Wawan Setiawan, *Era Digital dan Tantangannya*, Universitas Pendidikan Indonesia, ISBN.978-602-50088-0-1.

<sup>12</sup><https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2019/03/mendikbud-dorong-siswa-smk-jadi-wirausaha-di-era-industri->

<sup>13</sup>Indonesia Dalam Pusaran Revolusi Industri 4.0” (On-line), tersedia di: <https://pqm.co.id/indonesia-dalam-pusaran-revolusi-industri-4-0/>( 7 November 2019)

serba digital. Namun, banyak masyarakat yang belum mengetahui adanya digitalisasi, seiring berjalannya zaman masyarakat lebih memilih belanja di online, daripada pergi ke swalayannya langsung.

Salah satu lembaga pendidikan yang menerapkan *digital entrepreneurship* ini adalah SMK Nurul Ulum Lebaksiu. Sekolah Menengah Kejuruan atau SMK merupakan sekolah yang mempunyai peluang besar dalam menerapkan kewirausahaan. Termasuk SMK Nurul Ulum Lebaksiu Slawi ini mempunyai sumberdaya internal yang dapat dikatakan memadai dalam mengembangkan kewirausahaannya.

Berdasarkan hasil observasi awal oleh peneliti, SMK Nurul Ulum Lebaksiu memiliki empat jurusan, yakni : OTKP (Otomatisasi dan tata kelola perkantoran), AKL (Akuntansi dan keuangan lembaga), TKJ (Teknik Komputer Jaringan), dan TKRO (Teknik Kendaraan Ringan otomotif). Dari Semua jurusan yang ada memiliki kewirausahaan masing-masing, contohnya di jurusan Akuntansi. Adapun keunggulan pada sekolah ini yaitu dengan adanya guru SMK yang sudah mempunyai penghasil telur bebek sehingga memiliki banyak stok untuk produk telur asin juga memiliki guru kewirausahaan yang banyak memiliki banyak pengalaman dalam pembuatan produk apapun. Sesuai dengan Tujuan SMK Nurul Ulum Lebaksiu yaitu Menyiapkan tamatan untuk memasuki lapangan pekerjaan. Sudah banyak alumni yang memiliki perusahaan online.

Bedasarkan latar belakang masalah ini maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengangkat judul : ”STRATEGI PROGRAM *DIGITAL ENTREPRENEURSHIP* ERA REVOLUSI INDUSTRI DI SMK NURUL ULUM LEBAKSIU”.

## **B. Rumusan Masalah**

Sebagaimana telah dijelaskan beberapa uraian tersebut, maka terciptanya permasalahan utama yang akan menjadi fokus pada penelitian diantaranya sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi program *digital entrepreneurship* era revolusi industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu?
2. Bagaimana spirit program *digital entrepreneurship* era revolusi industri 4.0?
3. Bagaimana implikasi program era revolusi industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui strategi program *digital entrepreneurship* era revolusi industri 4.0 di SMK Nurul Ulum
- b. Untuk mengetahui spirit kepala sekolah dalam program *digital entrepreneurship* era revolusi industri 4.0

- c. Untuk mengetahui implikasi program *digital entrepreneurship* era revolusi industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu
2. Manfaat yang diambil dalam penelitian ini antara lain :
    - a. Bagi Peneliti  
Pengetahuan dan gambaran terkait strategi atau wawasan yang di berikan oleh kepala sekolah sebagai acuan atau landasan dalam memahami Era Revolusi Industri 4.0 terhadap kewirausahaan.
    - b. Bagi Lembaga Pendidikan  
Melalui keterlibatan kepala sekolah, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan dan penilaian dalam program digital entrepreneurship era revolusi 4.0 di kewirausahaan.



## **BAB II**

### **STRATEGI DAN PROGRAM DIGITAL ENTREPRENEURSHIP**

#### **A. Deskripsi Teori**

##### **a. Pengertian Strategi**

Strategi berasal dari kata bahasa Yunani yakni “stragos” yang terdiri dari dua kata. “strategos” yang berarti militer dan “ag” yang artinya kepemimpinan / memimpin. Pada mulanya strategi di asumsikan sebagai suatu yang dikerjakan oleh para jendral dalam menyusun suatu rencana guna menaklukkan musuh dan meraih kemenangan dalam peperangan.

Menurut William F. Glueck memberikan pengertian strategi adalah beberapa keputusan dan tindakan seperti merumuskan strategi yang efektif untuk membantu suatu perusahaan mencapai tujuan utama melalui pelaksanaan yang tepat. Sedangkan William J. Stanton mendefinisikan strategi sebagai suatu rencana dasar yang luas dari tindakan suatu organisasi guna untuk mencapai tujuan tertentu (Amirullah, 2015)

Selain definisi yang telah di sebutkan di atas, berikut adalah definisi dari beberapa ahli sebagai berikut (Amirullah, 2015) :

- 1) Menurut Supriyono mengatakan bahwa : “strategi merupakan satu kesatuan rencana perusahaan atau

organisasi yang komprehensif dan terpadu yang di perlukan”.

- 2) Menurut Jonson dan Scholes mengatakan bahwa : “ *Strategy is the direction and scope of an organization over the long term ideally, which matches its sesources to its changing environment, and it particular its marketing customer organization*”.

Dari definisi yang telah di senutkan diatas, dapat disimpulkan bahwasannya srategi merupakan suatu kesatuan rencana perusahaan atau organisasi yang menyeluruh, komprehensif serta terpadu yang ditujukan guna mencapai tujun yang sama yaitu untu pencapaian perusahaan atau organisasi.

#### b. Fungsi strategi

Strategi tidak hanya diartikan sebagai sekedar cara dalam menghadapi musuh atau pesaingan saja, namun sebagai pola pikir dan tindakan yang berwawasan luas dan mesndasar. Adapun fungsi dari strategi itu adalah sebagai berikut (Matondang, 2018):

1. Strategi sbagai rencana

Stareti sebagai rencana maksudnya ialah strategi menjadi pedoman yang digunakan dalam menghadapi tantanagn lingkungan tertentu. Bertitik tolak dari kesadaran dan kekuatannya.

2. Strategi sebagai siasat

Strategi sebagai siasat maksudnya strategi dianggap sebagai manuver dalam menghadapi pesaing.

3. Strategi sebagai kedudukan

Strategi sebagai kedudukan maksudnya Menjadi media yang menjembatani perusahaan dengan lingkungannya, yang penyusunannya bertitik tolak dari tata nilai budaya serta wawasan pimpinan puncak perusahaan.

4. Strategi sebagai perspektif

Strategi sebagai rencana perspektif ialah strategi yang menjadi perwujudan cara memandang, serta memahami lingkungan dan didisusun trik-trik nilai budaya dan wawasan koalisi dominan itu.

c. Jenis-jenis Strategi Pemasaran

Dalam hubungan strategi pemasaran secara umum, dapat dibedakan tiga jenis strategi pemasaran yang dapat ditempuh oleh perusahaan, yaitu :<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Assauri, *Manajemen....*, hlm. 179-182

- a. Strategi pemasaran yang tidak membedakan pasar (undifferentiated Marketing). Dengan strategi ini, perusahaan menganggap pasar atau konsumen sebagai suatu keseluruhan, sehingga perusahaan hanyalah memperhatikan kebutuhan konsumen secara umum. Strategi ini bertujuan untuk melakukan penjualan secara massal, sehingga menurunkan beban biaya produksi.
- b. Strategi pemasaran yang membedakan pasar (differentiated Marketing). Dengan strategi ini, perusahaan hanya melayani kebutuhan beberapa kelompok konsumen tertentu dengan jenis produk tertentu juga. Perusahaan atau produsen menghasilkan dan memasarkan produk yang berbeda-beda untuk tiap segmen pasar. Strategi ini bertujuan untuk mempertebal kepercayaan kelompok konsumen tertentu terhadap produk yang dihasilkan dan dipasarkan, sehingga pembeliannya akan dilakukan berulang-ulang kali oleh konsumen tersebut. Adapun keuntungan dan kelemahannya, salah satu keuntungannya adalah penjualan dapat diharapkan akan lebih tinggi dengan berfariasinya produk, kelemahannya adalah strategi ini terdapat kecenderungan biaya akan lebih tinggi karena kenaikan biaya produksi untuk modifikasi produk, biaya administrasi, biaya promosi dan biaya investasi.

c. Strategi pemasaran yang terkonsentrasi (concentrated marketing). Dengan strategi ini, perusahaan cenderung lebih mengkhususkan pemasaran produknya dalam beberapa segmen pasar, dengan pertimbangan keterbatasan sumber daya yang memiliki perusahaan.<sup>15</sup>

d. Konsep Strategi Pemasaran

Ada beberapa konsep pada strategi digital, diantaranya yaitu:

1. Segmentasi

*Segmentasi* adalah seni mengidentifikasi serta memanfaatkan peluang-peluang yang muncul di pasar. Pada saat itu pula ini adalah ilmu untuk melihat pasar berdasarkan variabel-variabel yang berkembang di tengah masyarakat. Dalam melihat pasar langsung perusahaan harus kreatif dan inovatif menyikapinya. Karena segmentasi merupakan langkah awal yang menentukan keseluruhan aktivitas.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta : penerbit Andi , 2015, hlm.23

<sup>16</sup> Hermawan Kertajaya dan Muhamad Syakir sula, *Syariah marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006, hlm. 168

Jadi segmentasi ini merupakan proses menyeluruh dimana perusahaan harus memperhatikan pembeli dari masing-masing segmen.

## 2. *Targetting*

Targeting adalah strategi mengalokasikan sumber daya perusahaan secara efektif, karena sumber daya yang dimiliki terbatas.<sup>17</sup>

Definisi targeting menurut Keegan dan Green adalah proses pengevaluasian segmentasi dan pemfokusan strategi pemasaran pada sebuah negara, provinsi atau sekelompok atau orang yang memberikan respon. Target pasar juga dapat diartikan sebagai kegiatan yang berisi dan menilai serta memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasukan oleh suatu perusahaan.

## 3. *Positioning*

Menurut Philip Kotler, positioning adalah aktifitas mendisain citra dari apa yang ditawarkan perusahaan sehingga mempunyai arti dan memosisikan diri di benak konsumen. Sedangkan menurut Yoram wind, seorang profesor strategi pemasaran, positioning

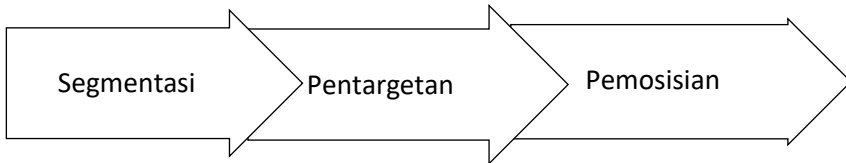
---

<sup>17</sup> Ibid...., hlm. 171

adalah bagaimana mendefinisikan identitas dan kepribadian perusahaan di benak pelanggan.

Jadi, positioning adalah suatu pernyataan mengenai bagaimana identitas produk atau perusahaan tertanam di benak konsumen yang mempunyai kesesuaian dengan kompetensi yang dimiliki perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan.

*Tabel 1. 1 Strategi Pemasaran*



Sumber : Buku *Marketing in Practice*

#### 4. Bauran Pemasaran / *Marketing Mix* 4p

Bauran pemasaran merupakan unsur-unsur atau elemen-elemen internal penting yang membentuk program pemasaran dalam sebuah organisasi.<sup>18</sup> Konsep pemasaran harus dibedakan dengan penjualan. Menurut konsep pemasaran pencapaian sasaran dan penyampaian kepuasan yang diinginkan lebih efektif dan efisien pada

---

<sup>18</sup> Adrian Payne, *Services Marketing Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta: 1993, hlm. 28

pesaing. “pemasaran merupakan orientasi manajemen yang beranggapan bahwasannya tugas utama perusahaan adalah memaksimalkan kepuasan pelanggan (*consumer satisfaction*).” Dan disebutkan bahwasannya dalam manajemen pemasaran, terdapat empat hal pokok yang akan menjamin keberhasilan perusahaannya dalam memasarkan produk yang biasanya disebut dengan bauran pemasaran (*marketing mix*).<sup>19</sup>

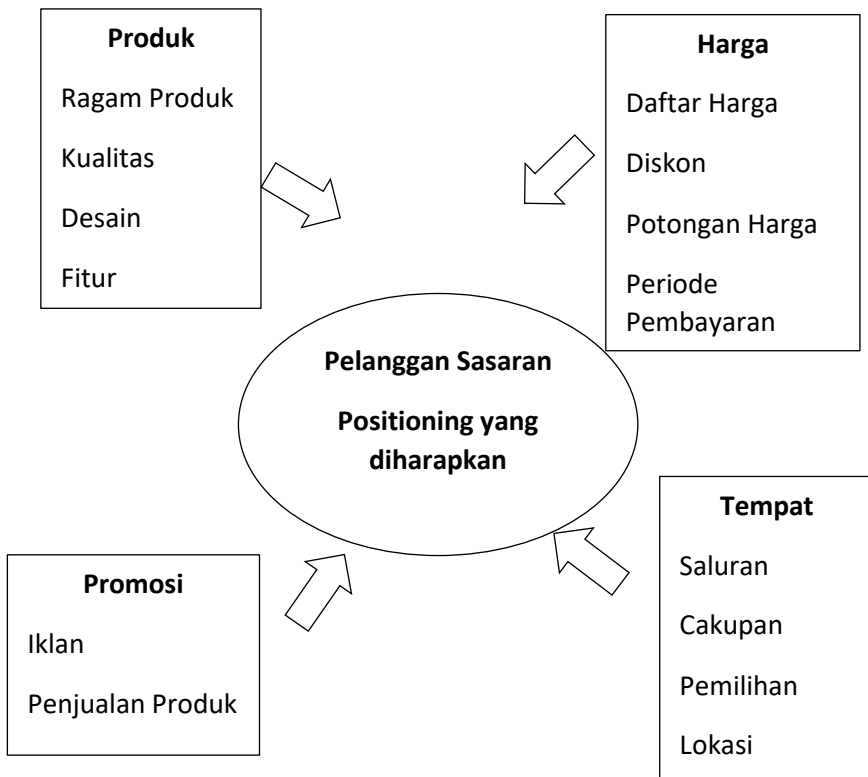
Bauran pemasaran menurut Kotler dan Amstrong (2004), adalah seperangkat alat pemasaran taktis dan kontrol yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan oleh pasar sasaran. Memiliki empat komponen yang terdiri dari 4P yaitu: Product (produk), Price (harga), Place (tempat), Promotion (promosi). Akan tetapi yang paling penting adalah pelaku pemasaran harus mengetahui pendekatan membantu merumuskan strategi bauran pemasaran yang efektif.

---

<sup>19</sup> Immamul arifin, Giana Hadi, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, (Jakarta: Departemen Nasional, 2009), hlm. 73



Tabel 1. 2 Empat P Bauran Pemasaran



Sumber: (Kotler dan Amstrong 2006), hal. 62

Dari penjelasan diatas dapat kita lihat cakupan bauran pemasaran atau *marketing mix* pada 4P, yaitu :

### 1) **Produk** (*Product*)

Produk yang hebat adalah produk yang bisa memuaskan kebutuhan. Produk yang hebat tidak

berarti apa-apa jika produk tersebut tersembunyi dan tidak ada seorangpun yang mengetahui keberadaannya.<sup>20</sup> Didalam marketing mix strategi merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya. Tjiptono (2014: 42) menyebutkan bahwa produk merupakan bentuk penawaran perusahaan yang ditujukan untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam konteks ini, produk dapat berupa apa saja (barang atau jasa) yang dapat ditawarkan kepada pelanggan potensial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu. Strategi produk dalam hal ini adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pemasaran yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya sekaligus juga dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang melalui peningkatan penjualan. Sedangkan faktor-faktor yang harus di perhatikan oleh

---

<sup>20</sup> Sunny T.h. Goh, Khoo, Kheng-Hor, *Marketing...*, hlm. 116

perusahaan dalam perencanaan strategi produk pemasaran adalah mutu atau kualitas, penampilan, pilihan yang ada, gaya, merek, pengemasan, ukuran, jenis, jaminan, dan pelayanan.<sup>21</sup>

Setiap perusahaan dalam memasarkan produknya pasti memiliki suatu keunggulan dan nilai tambahan yang berbeda-beda, hal ini dilakukan agar perusahaan dapat dibedakan antara perusahaan satu dengan lainnya sehingga bisa bersaing. Menurut Kasmir (2004: 141) untuk mengembangkan produknya dilakukan dengan menggunakan strategi produk antara lain, yaitu:<sup>22</sup>

1. Penentuan Logo dan Moto
2. Menciptakan Merk
3. Keputusan Label

## 2) **Harga (*Price*)**

Harga adalah sejumlah nilai yang di pertukarkan untuk memperoleh suatu produk. Biasanya, harga dihitung dengan nilai uang. Harga yang tinggi bisa saja masih terjangkau oleh konsumen dengan memberikan

---

<sup>21</sup> Fandi Tjiptono, *Pemasaran jasa*, Yogyakarta: Prentice Hall international, 1993, hlm. 28

<sup>22</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm. 141

keuntungan bagi perusahaan.<sup>23</sup> Harga adalah satu-satunya elemen pendapatan dalam marketing mix. Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan bahwasannya strategi harga jasa adalah menghitung dan merumuskan nilai atau penentuan harga dari produk jasa yang akan dipasarkan. Dalam strategi menetapkan harga perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung. Contoh faktor yang mempengaruhi secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah, dan faktor lainnya. Sedangkan contoh faktor secara tidak langsung namun erat hubungannya dengan penetapan harga adalah harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing dan potongan (discount) untuk penyalur dan konsumen (Arif, 2012: 15). Penetapan harga akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin ketat dan perkembangan permintaan. Pesaingan yang semakin ketat ini sangat terasa dalam pasar pembeli peranan harga sangat penting terutama

---

<sup>23</sup> Bilson Simamaro, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm. 31

untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar yang tercermin dalam target pasar perusahaan. Dengan kata lain, penetapan harga mempengaruhi kemampuan persaingan perusahaan dan kemampuan mengenai konsumen, harga yang tinggi sering juga dianggap pelanggan berkorelasi positif dengan kualitas yang tinggi. Tujuan dari penetapan harga adalah memaksimalkan penjualan dan penetrasi pasar, mempertahankan kualitas dan diferensiasi.

### 3) Tempat (*Place*)

Tempat adalah suatu lokas yang digunakan sebagai jual beli produk serta pusat pengendalian perusahaan. Pemaparan Philip kolter, titik awal memilih cara yang efektif dengan menentukan pasar sasaran yang jelas untuk usaha pemasaran dan menentukan kebutuhan sertapilihan pasar sasaran.<sup>24</sup>

Menurut Hurriyati (2005:55) : “untuk produk industri manufaktur place diartikan sebagai saluran distribusi, sedangkan untuk produk industri jasa, place diartikan sebagai tempat pelayanan jasa.

---

<sup>24</sup> Philip Kolter, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, (Surabaya: Perdana Printing Arts, 1997), hlm. 109-121

#### 4) Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan semua kegiatan yang dilakukan perusahaan yang mengomunikasikan dan mempromosikan produnya kepada pasar sasaran untuk memberikan informasi mengenai keistimewaan, kegunaan, dan yang paling penting adalah tentang keberadaannya, untuk mendorong orang untuk menggunakannya.<sup>25</sup>

Menurut Mc. Daniel Dkk mendefinisikan promosi adalah sebuah kegiatan yang memberikan informasi, membujuk, dan memberitahukan konsumen akan manfaat dari suatu produk, dan menginformasikan harga jualnya, tujuan dari promosi itu sendiri yaitu :<sup>26</sup>

1. Menginformasikan produk terbaru.
2. Memperpanjang masa kedewasaan produk, menginformasikan tanggal kadaluarsa.
3. Menjaga stabilitas perusahaan dari kemungkinan persaingan.
4. Mendorong penjualan produk.

---

<sup>25</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, (Surabaya: Perdana Printing Arts, 1997), hlm. 82

<sup>26</sup> Mc. Daniel, *Pemasaran Edisi I* (Surabaya: Perdana Printing Arts, 1997), hlm. 56

Terdapat empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya, yaitu:

1. Periklanan (*Advertising*)
2. Promos penjualan (*sales promotion*)
3. Publisitas (*publicity*)
4. Penjualan pribadi (*personalselling*)

d. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi adalah pola tindak manajemen untuk mencapai tujuan badan usaha.<sup>27</sup> Strategi juga bisa dikatakan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan juga bisa mengimplementasikan misinya. Terdapat kandungan dari stretegi ini adalah bahwa para manajer memainkan peran yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi.<sup>28</sup> Menurut George Steiner Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan, strategi terdiri atas aktifitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Sukanto reksohadiprodo, *Manajemen Strategi*, Edisi 4, Yogyakarta: BPFE, 2003, hlm.1

<sup>28</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2008, hlm. 3

<sup>29</sup> Rachmat, *Manajemen Strategik*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2014, hlm.2

Dari pembahasan diatas dapat kita simpulkan bahwasannya pada dasarnya yang dimaksud dengan strategi bagi manajemen organisasi pada umumnya dan manajemen organisasi bisnis khususnya adalah rencana berskala besar yang berorientasikan jangkauan untuk masa depan yang jauh serta ditetapkan sedemikian rupa sehingga kemungkinan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang bersangkutan.<sup>30</sup>

Sedangkan pengertian pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lainnya.<sup>31</sup>

Peran pemasaran tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen saja tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan pada pelanggan dengan menghasilkan laba. Sasaran dari pemasaran sendiri adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan produk dengan nilai super, bisa menetapkan harga yang

---

<sup>30</sup> Sondang P. Siagian, *Manajemen Stratejik*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008, hlm. 17

<sup>31</sup> Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008, hlm. 1



menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikannya semenarik mungkin secara efektif, serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan memegang prinsip kepuasan kepada pelanggan.<sup>32</sup> Oleh karena itu Allah SWT, mengingatkan firman-Nya dalam al-Qur'an surat asy-Syu'araa' ayat 183:

ولا تبخسوا اناس اشياءهم ولا تعثو في الارض مفسدين<sup>183</sup>

Artinya : Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.

Strategi pemasaran dapat dikatakan sebagai logika pemasaran dengan unit usaha yang bisa diharapkan adalah dapat mencapai sasaran pemasarannya.<sup>33</sup> Sehingga dapat dipahami bahwasannya strategi pemasaran merupakan rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu kebidang pemasaran, yang memberikan panduan mengenai tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.<sup>34</sup>

Strategi pemasaran harus didasarkan atas analisa lingkungan dan internal perusahaan melalui analisa

---

<sup>32</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*, Jakarta: Gramedia, 2012, hlm. 9

<sup>33</sup> Philip Kotler dan G. Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1997, hlm. 2

<sup>34</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo, 2007, hlm. 168-169

keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisa kesempatan dan ancaman yang kan dihadapi perusahaan dari lingkungannya. Selain itu strategi yang telah dijalankan harus dinilai kembali, apakah masih sesuai dengan kondisi saat ini.

Faktor lingkungan yang dianalisa dalam penyusunan strategi pemasaran adalah keadaan pasar atau pesaingan, perkembangan teknologi, keadaan ekonomi, peraturan dan kebijakan pemerintah, keadaan sosial budaya dan keadaan politik. Masing-masing faktor ini dapat menimbulkan adanya kesempatan atau hambatan bagi pemasaran produk suatu perusahaan, khusus dalam bisang pemasaran, faktor-faktor lingkungan atau eksternal adalah faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pimpinan perusahaan umumnya dan pimpinan pemasaran khususnya, yang terdiri dari produk, harga, distribusi, promosi dan pelayanan.<sup>35</sup>

Tujuan suatu strategi itu yang dilakukan adalah guna mempertahankan atau mencapai posisi unggul dibandingkan dengan pihak pesaing. Suatu organisasi dapat meraih keunggulan tersebut jika ia bisa memanfaatkan peluang-peluang yang ada di dalam lingkungannya yang memungkinkan dirinya menarik keuntungan-keuntungan dari bidang kekuatan yang dimiliki (Nazarudin, 2018).

---

<sup>35</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: hlm. 154-155

## **B. Program Digital Entrepreneurship**

### **1. Pengertian Program *Digital Entrepreneurship***

Program digital *entrepreneurship* ialah Malayu S.P. Hasibuan mendefinisikan program sebagai upaya digital yang dilakukan oleh seseorang dengan menggunakan media sosial dan internet untuk meningkatkan kemampuan teoritis, teknis, dan konseptual sesuai dengan tuntutan. Edi Sutrisno mengklaim bahwa tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan kualitas dan kemampuan profesional seseorang dalam mengelola perusahaan digital secara efektif (Chaffey, 2011).

Pertumbuhan ekonomi sangat dipengaruhi oleh teknologi digital. Menggabungkan teknologi digital dengan pola pikir kewirausahaan menghasilkan ide baru yang dikenal sebagai "kewirausahaan digital", yang menyebabkan pengaruh menguntungkan teknologi digital terhadap pertumbuhan ekonomi. Istilah "kewirausahaan digital" baru-baru ini digunakan untuk menggambarkan perkembangan teknologi digital yang digunakan untuk memulai usaha baru dan mengubah yang sudah ada. Studi yang meneliti proses kewirausahaan melalui transformasi digital dari operasi perusahaan disebut sebagai "kewirausahaan berbasis digital". Perkembangan teknik dan teknologi baru juga dapat

dihasilkan dari perluasan kewirausahaan digital. Di mana pun di dunia, kewirausahaan digital telah dipraktikkan. Kecenderungan ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap perusahaan berbasis web cukup tinggi, dengan pangsa pasar yang semakin luas dan meluas. Paradigma perusahaan tradisional dapat dilengkapi dengan kewirausahaan digital. UMKM sering merangkul kewirausahaan digital untuk meningkatkan kinerja. Model bisnis berbasis internet dan platform digital adalah contoh ide yang dapat diatur oleh prinsip kewirausahaan digital. Model bisnis digital, proses kewirausahaan digital, strategi platform, ekosistem digital, pendidikan kewirausahaan, dan kewirausahaan digital sosial adalah enam bidang penelitian yang berkaitan dengan bidang ini.

Program kewirausahaan digital, menurut KBBI, merupakan rancangan yang berkaitan dengan prinsip-prinsip operasional perusahaan. Program adalah tindakan yang direncanakan dengan cermat yang akan dilakukan organisasi selama periode waktu tertentu. Program kewirausahaan digital, menurut Widoyoko, terdiri dari sejumlah kegiatan berkesinambungan yang telah dirancang dengan cermat

sebelumnya dan mengikutsertakan beberapa individu dalam sebuah bisnis.<sup>36</sup>

## 2. Pengertian Revolusi Industri 4.0

Berkembangnya revolusi industri saat ini, semakin mendorong perkembangan teknologi lebih maju. Dunia saat ini telah memasuki era revolusi industri 4.0 salah satu tanda revolusi industri 4.0 yaitu adanya interkoneksi antara manusia dengan mesin / perangkat melalui internet. Semakin berkembangnya teknologi ini tentunya berdampak luas terhadap manusia baik secara biologis, psikologis, maupun sosial.<sup>37</sup>

Dengan adanya Revolusi Industri 4.0 zaman semakin berubah menjadi sangat modern, sebagaimana dijelaskan dalam ayat Al-Qur'an surat Ar-Ra'd 11 yang artinya :

Artinya : “....Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka

---

<sup>36</sup> Chaffey, D. (2011). *E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation, and Practice* (5 th). Pearson Education.

<sup>37</sup> Wandu Adiansah, Eko Setiawan, Wina Nurdin Kodaruddin, Hery Wibowo, Remaja pada Era *Revolui Industri 4.0*, *Jurnal Pekerjaan Sosial*, Vol.2 N0.1, Juli 2019, hlm. 46-47

mengubah keadaan mereka sendiri...” (QS.Ar-Ra’d : 11)<sup>38</sup>

Ayat tersebut menyiratkan bahwasannya perlunya manusia berubah. Sipapun yang menolak perubahan pasti akan tertinggal karena perubahan adalah suatu keniscayaan.

Revolusi industri 4.0 adalah industri yang menggabungkan teknologi otomatis dan pertukaran data dalam teknologi manufaktur.

Revolusi 4.0 adalah era dimana penerapannya itu menggunakan teknologi modern seperti halnya dengan teknologi fiber (fiber technology) dan sistem jaringan terintegrasi, dimana semua ini bekerja disetiap aktivitas ekonomi.

Revolusi 4.0 ini merupakan fase keempat dari perjalanan revolusi industri. Revolusi industri sendiri dimulai pada abad ke-18, ketika masyarakat pertanian sudah menjadi lebih maju dan merurbanisasi.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> <https://tafsirweb.com/3971-surat-arad-ayat-11>. Html, diakses pada tanggal 17 Januari 2023

<sup>39</sup> Akmal, *Lebih Dekat Dengan Industri 4.0*)

Prof. Klaus Martin Schwab, teknisi dan ekonom Jerman, yang juga pendiri dan Executive Chairman World Economic Forum, yang pertama kali memperkenalkannya, dalam bukunya *The Fourth Industrial Revolution* (2017), ia menyebutkan bahwa saat ini kita berada pada awal sebuah revolusi yang secara fundamental mengubah cara hidup, bekerja dan berhubungan satu sama lain.

Perubahan ini sangat dramatis dan terjadi pada kecepatan eksponensial. Perubahan yang sangat berpengaruh dalam kehidupan di bandingkan dengan revolusi industri sebelumnya. Revolusi industri 4.0 ini ditandai dengan berkembangnya Internet of/for Things, kehadirannya begitu cepat.<sup>40</sup>

### C. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi-strategi dari perusahaan. Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), agar dapat secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

---

<sup>40</sup> Agustina, Tri Siwi, *Kewirausahaan di era revolusi industri 4.0*, 2019, hlm. 9

Keputusan strategis perusahaan perlu pertimbangan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman menurut (Freddy, 2004:18). Dalam mengidentifikasi berbagai masalah yang timbul dalam perusahaan, maka diperlukan strategi yang tepat dan cepat dalam mengatasi masalah yang timbul dalam perusahaan. Beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan, yaitu :

1. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan yaitu unsur yang dapat diunggulkan dalam produk yang dapat diandalkan, memiliki perbedaan dengan produk-produk yang lain sehingga lebih kuat dan memiliki keterampilan dari para pesaingnya. Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingindilayani oleh perusahaan. Kekuatan terdapat pada sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembelian-pemasok, dan faktor-faktor lain.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan yaitu kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan, baik itu kemampuan atau keterampilan yang akan menjadi penghalang bagi kinerja dalam



organisasi. Keterbatasannya dalam sumber daya, menjadikan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.

3. Peluang (*Opportunity*)

Peluang yaitu berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu organisasi atau perusahaan, serta kecenderungan yang merupakan salah satu sumber peluang.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang. Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu perusahaan, sedang peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan yang bersangkutan.

## **D. Kajian Pustaka**

Dalam penelitian terdahulu dengan menerapkan program digital entrepreneurship banyak ditemui dalam mata pelajaran kewirausahaan yaitu diantaranya:

1. Rupa Rathe dan Pallavi Rajain dalam skripsi yang berjudul (*Entrepreneurship in the Digital Area*). Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan gambaran umum kewirausahaan di era digital, istilah-istilah yang umumnya terdapat dalam kewirausahaan digital serta memberikan tips berwirausahaan di era digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya ada perbedaan yang signifikan antara usaha yang dilakukan secara digital dan tradisional, baik itu jangkauan pasarnya, orientasi pasarnya, strategi dalam memperoleh keuntungan, dan lain sebagainya (Rathee & Rajain, 2017). Terapat kesamaan dalam penelitian ini yaitu membahas konsep kewirausahaan digital (digital entrepreneurship) sedangkan yang menjadi pembeda dalam penelitian ini adalah penelitian ini hanya membahas tentang gambaran umum digital entrepreneurship, sedangkan peneliti yang dilakukan penulis ini membahas strategi yang dilakukan pada era revolusi 4.0.
2. Rizka Dwi Regiyantirizka dalam skripsinya yang berjudul (Peran Kepala Sekolah Dalam Pengembangan Program Elektronik Kewirausahaan Di SMA Sunan Giri Menganti Gresik Dan SMA Muhammadiyah 8 Cerme Gresik). Dalam skripsi tersebut disimpulkan bahwa kepala sekolah SMA Sunan Giri Menganti dan SMA Muhammadiyah 8 Cerme untuk tetap

melakukan pengembangan program elektronik bisnis di sekolah khususnya program kewirausahaan dengan sering koordinasi dengan para guru kewirausahaan dan melakukan evaluasi secara berkala, sehingga tujuan dari program elektronik kewirausahaan ini dapat tercapai dengan baik.

3. Dina Apriana dalam tesis yang berjudul (Kompetensi Kepala Sekolah Dalam Menyiapkan Siswa SMK Berwirausaha Dengan Digital (Kajian Praktis SMK Negeri 6 Palembang)). Dalam tesis tersebut disimpulkan bahwa kompetensi kewirausahaan digital kepala sekolah ditinjau dari kompetensi inovatif dan kreatif, menunjukkan bahwa kepala sekolah menciptakan ide/gagasan baru terhadap rencana dan program digital usaha sekolah. Kepala SMK Negeri 6 Palembang menjalin kerja sama dengan beberapa industri. Kerjasama tersebut dapat berupa seperti magang guru, tempat pemasaran prakrin siswa, guru tamu dan membuat kurikulum bersama. Dengan begitu diharapkan, guru dan siswa dapat memperoleh kompetensi yang sesuai dengan tuntutan industri sehingga dapat lebih inovatif dan kreatif dalam menghasilkan sebuah produk/jasa untuk memenuhi peluang pasar yang ada.
4. Harmali dalam skripsi yang berjudul (Strategi Kepala Sekolah Dalam Pengembangan Digital Entrepreneurship Di SMKN 1 Pasie Raja Aceh Selatan). Dalam skripsi tersebut disimpulkan bahwa eksistensi program digital entrepreneurship memberikan dampak yang sangat baik untuk lembaga pendidikan dan juga

siswa. Adapun pengaruh program digital entrepreneurship terhadap lembaga adalah dapat memaksimalkan anggaran sekolah dan juga membantu mendisiplinkan guru karena output yang jelas. Sedangkan pengaruh entrepreneurship bagi siswa adalah siswa memiliki karakter mandiri, siswa dapat mengembangkan keterampilan dan potensi yang dimilikinya, memiliki jiwa entrepreneur dan mampu menciptakan lapangan kerja.

5. Sucipto dalam skripsi yang berjudul (Strategi Kepemimpinan Kepala Sekolah Berbasis Kewirausahaan Digital Untuk Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Siswa Di SMK Darul Fikri Bringin Kauman Ponorogo). Dalam skripsi tersebut disimpulkan bahwa strategi kepemimpinan berbasis kewirausahaan digital yang diterapkan oleh kepala SMK Darul Fikri Bingin Kauman Ponorogo antara lain: Strategi Pembaruan Usaha Digital Berkelanjutan, strategi ATM (Amati Tiru Modifikasi), strategi pemasaran sekolah, strategi penerapan perilaku tepat waktu, strategi penerapan perilaku tepat janji, strategi tanggung jawab sosial sekolah, dan strategi melakukan inovasi pendidikan. Inovasi pendidikan yang dilakukan kepala SMK Darul Fikri Bringin Kauman Ponorogo anantara lain: Inovasi penanaman jiwa kewirausahaan, inovasi fasilitas, inovasi administrasi.
6. Agus dalam skripsi yang berjudul (Pengaruh Kompetensi Manajerial Kepala Sekolah Dan Kinerja Guru Terhadap Mutu

Usaha Digital Di Yayasan Pendidikan Al-Ma'mun Education Center (Amec) Depok). Dalam skripsi tersebut disimpulkan bahwa kompetensi manajerial kepala sekolah mempunyai peranan penting dalam meningkatkan mutu pelayanan sekolah karena sebagai motor/penggerak dan pimpinan tunggal yang berperan dalam menejeriaial lembaga pendidikan/sekolah tersebut sehingga wawasan, pemahaman dan keterampilan kepala sekolah perlu terus ditingkatkan sesuai dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi komunikasi untuk usaha. Hal ini terlihat dari hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh yang sekitar 8,7% yang berarti kompetensi manajerial kepala sekolah masih perlu ditingkatkan lagi. Seperti mengikuti seminar kependidikan, diklat peningkatan kompetensi manajerial kepala sekolah, melanjutkan kuliah dengan bidang dan jurusan yang releven, melakukan studi banding dengan sekolah yang lebih tinggi mutu pelayanan pendidikannya dan melakukan penelitian pendidikan terutama tentang peningkatan mutu pelayanan pendidikan. Sehingga mutu pelayanan pendidikan di sekolah dapat meningkat sesuai dengan perkembangan zaman dan kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi yang berkembang untuk usaha digital.

7. Indra Caniago dan Keumala Hayati dalam jurnal yang berjudul (Kewirausahaan teknologi digital) Penelitian ini ditulis guna membahas potensi pengembangan pebisnis milenial dengan menggunakan metode *triple mix yang* yang menyangkut

pemerintah, perusahaan, dan perguruan tinggi melalui kewirausahaan teknologi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mengembangkan potensi pembisnis milenial memegang peranan yang penting karena sumber daya pengembangan kewirausahaan teknologi digital tersedia di perguruan tinggi dan juga perusahaan-perusahaan (Caniago & Hayati, 2020). Terdapat kesamaan dengan penelitian ini yaitu membahas teknologi digital yang berpotensi dalam pengembangan program digital entrepreneurship pembisnis milenial yang bersinegri dengan pemerintah. Sedangkan penulis dengan penelitian kali ini membahas strategi program *digital entrepreneurship* era revolusi industri 4.0.

#### **E. Kerangka Berfikir**

Strategi kepemimpinan kepala sekolah dalam pengadaan program digital entrepreneurship era industri 4.0 yakni kompetensi kewirausahaan kepala sekolah ialah kemampuan yang harus dimiliki oleh kepala sekolah dalam menjalankan dan mengembangkan sekolahnya agar lebih efektif dan efisien, dimana dengan menguasai kompetensi tersebut dan memiliki strategi dalam kepemimpinan diharapkan kepala sekolah akan mudah dan mampu ;

- 1). Menciptakan inovasi yang berguna bagi pengembangan digital entrepreneurship era revolusi industri 4.0,

- 2). Bekerja keras mencapai keberhasilan bisnis digital sebagai organisasi kewirausahaan yang efektif,
- 3). Memiliki strategi yang kuat untuk sukses dalam melaksanakan usaha digital dan fungsi sebagai pemimpin motivasi program usaha,
- 4). Pantang menyerah dan selalu mencari solusi terbaik dalam menghadapi kendala yang dihadapi usaha dalam digital sebagai sumber belajar kewirausahaan,
- 5). Memiliki naluri kewirausahaan dalam mengelola program digital entrepreneurship era revolusi industri 4.0 sebagai sumber belajar.

Menurut Ismail Solihin dalam buku manajemen strategi, menyatakan bahwa kata strategi berasal dari kata Yunani “strategos” (stratos = militer dan ag = memimpin), strategi dalam konteks awalnya diartikan sebagai “generalship” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Secara umum kita mendefinisikan strategi sebagai cara mencapai tujuan. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Sementara Nanang Fatah berpendapat bahwa strategi adalah langkah-langkah yang sistematis dan sistematis dalam melakukan rencana secara

menyeluruh (makro) dan berjangka panjang dalam pencapaian tujuan.<sup>41</sup>

Hornby menyatakan strategi adalah *the art of planning opration in war : skill in managing any affair, tactic*. Istilah strategi digunakan dalam dunia militer yakni seni merencanakan berbagai operasi perang. Sehubung dengan kegiatan militer, Nickol menyebutkan bahwa *Strategy often refers to meneuvering troops into position before the nenmy is actually engaged*. Strategi juga berhubungan dengan penyebaran (*deployment*) prajurit pada suatu posisi yang strategis sebelum musuh mengetahuinya. Pada saat musuh mulai mengetahuinya atau melawan, perhatian dialihkan kepada taktik.

Berry berpendapat bahwa strategi merupakan suatu rencana tentang apa yang hendak dicapai atau hendak menjadi apa suatu organisasi dimasa depan dan bagaimana mencapai keadaan yang dikehendaki tersebut.<sup>42</sup>

Dari definisi diatas dapat di pahami bahwa strategi berperan penting sebagai kerangka kerja yang sangat mendasar untuk membawa orgnisasi dengan simultan, berkelanjutan, dan memfasilitasi terhadap lingkungan yang selalu berubah. Dalam hal ini menjadi jantung dari strategi adalah untuk mencari peningkatan

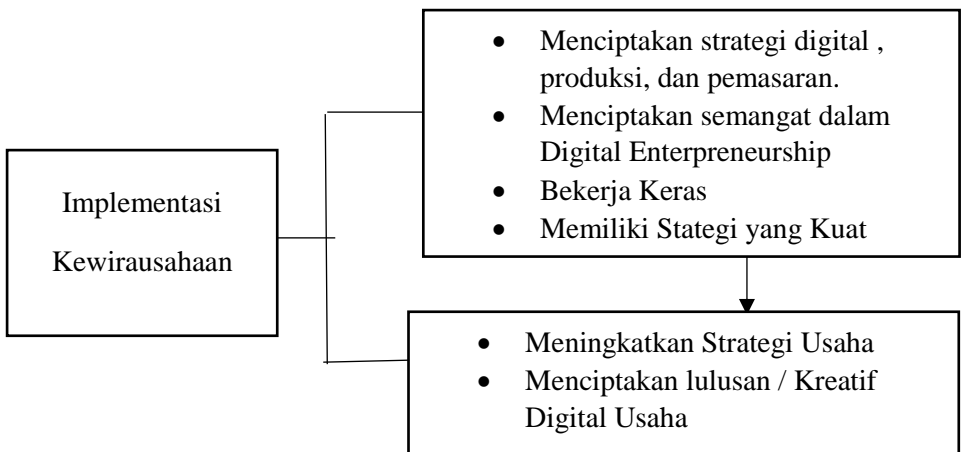
---

<sup>41</sup> Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makasar: CV Nas Media Pustaka, 2020), hlm. 1-2

<sup>42</sup> Minnal El Widdah, Syamsul Huda, *Manajemen Strategi Peningkatan Mutu Madrasah*, (Jambi: Salim Media Indonesia, 2018), hlm. 46-48



unggulan kompetitif dalam setiap organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa strategi tidak terjadi dengan sendirinya tetapi diciptakan dengan tindakan yang keputusan dari manajemen ketika melihat suatu kesempatan yang mungkin dapat diraih oleh organisasi. Dari sini dapat kita simpulkan bahwasannya strategi adalah suatu siasat yang digunakan untuk menyusun suatu rencana yang tepat sesuai dengan kriteri yang ditentukan dalam rangka mencapai tujuan pendidikan.



*Tabel 1. 3 Kerangka Berfikir*

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang berjudul “Strategi Program *Digital Entrepreneurship* Era Revolusi Industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu” menggunakan pendekatan dan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Denzin & Lincoln (1994)<sup>43</sup> menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Erickson (1968)<sup>44</sup> menyatakan bahwa penelitian kualitatif berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan terhadap kehidupan mereka.

Menurut Kirk & Miller (1986 : 9)<sup>45</sup> mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada

---

<sup>43</sup> Haryoko Sapto, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Makassar: Badan Penerbit UNM, 2020), hlm. 3-4

<sup>44</sup> Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV Jejak, 2018), hal. 7.

<sup>45</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), 2- 3.

pengamatan pada manusia baik dalam kawasan nya maupun dalam peristiwanya. Hal tersebut mengidentifikasi hal-hal yang relevan dengan makna baik dalam beragamnya keadaan dunia kebedaragaman manusia, beragam tindakan, beragam kepercayaan dan minat dengan berfokus pada perbedaan bentuk-bentuk hal yang menimbulkan perbedaan makna.<sup>46</sup>

(Denzin dan Lincoln, 2009) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai studi yang menggunakan situasi alami dengan tujuan untuk menggambarkan fakta atau fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan menggunakan berbagai metodologi yang tersedia saat ini. Penelitian kualitatif adalah studi di mana hasilnya disajikan sebagai kata atau frase daripada sebagai statistik numerik.

Dari beberapa pendapat ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber sumber data menggunakan pertimbangan tertentu (*purposive*) ataupun dari sample yang kecil sampai sample besar (*snowball sampling*). Hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

---

<sup>46</sup> Albi Anggito, Johan Setiawan, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (CV Jejak : Sukabumi, 2018), hlm. 7-8

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (Field research) yaitu penelitian yang datanya diambil dari pengamatan-pengamatan dan sumber data diambil langsung dari lapangan. Karena penelitian ini mencoba untuk menggambarkan dan menilai situasi yang terjadi dalam disiplin ilmu yang terhubung.<sup>47</sup>

## **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

### **a. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada semester genap (semester 2) tahun ajaran 2022/2023 selama 1 minggu mulai pada tanggal 12 Januari 2023 sampai dengan tanggal 19 Januari 2023. .

### **b. Tempat Penelitian**

Lokasi yang dijadikan sebagai tempat pelaksanaan penelitian berkaitan dengan masalah yang diangkat oleh peneliti adalah Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Ulum Lebaksiu Tegal. Yang beralamat di Jl. Karang Moncol II Lebaksiu Lor, Kecamatan Lebaksiu, Kabupaten Tegal, Jawa Tengah 52461.

---

<sup>47</sup> Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 1998), hlm. 19.

### **C. Sumber Data**

Dalam pengumpulan sumber data, peneliti melakukan pengumpulan sumber data penelitian dalam wujud data primer dan data sekunder :

- a. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah data yang diperoleh dari wawancara dan observasi secara langsung dengan Kepala Sekolah, Guru kejurusan, Perwakilan Siswi jurusan Akuntansi di sekolah SMK Nurul Ulum Lebaksiu yang berprestasi di kelas.
- b. Sedangkan data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini adalah bahan-bahan kepustakaan berupa buku, jurnal, dokumen, majalah, dan literatur-literatur lain yang terkait dalam penelitian.

### **D. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini sangat diperlukan, agar penelitian tidak terjerumus kedalam sekian banyak dan kompleksnya data yang akan diteliti. Adapun fokus dalam penelitian ini adalah pada strategi program *digital entrepreneurship* era revolusi industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu.

Pada penelitian ini fokus terhadap produk Telur Asin, karena sesuai dengan Judul Skripsi ini yaitu tentang *Digital Entrepreneurship* dan produk telur asin ini sudah menjadikan produk yang *go digital*, atau serba digital, oleh karena itu, peneliti memfokuskan terhadap produk telur asin yang ada di SMK Nurul Ulum Lebaksiu.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis dan menjelaskan data yang mereka kumpulkan melalui observasi, wawancara dan rekaman atau dokumentasi untuk menemukan solusi masalah yang komprehensif dan mudah dipahami.

#### **F. Observasi**

Observasi adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diteliti. Observasi yang dilakukan adalah terjun langsung kelapangan untuk melihat bagaimana situasi di lapangan.

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang spesifik, dibandingkan dengan wawancara dan dokumentasi. Karena observasi adalah memperhatikan sesuatu dengan mengamati langsung di tempatnya meliputi kegiatan pemusatan perhatiannya dengan pengamatan langsung di

bantu oleh alat indra yaitu dengan penglihatan.<sup>48</sup> Observasi ini dilakukan untuk mengamati perubahan fenomena dan melihat perkembangan yang kemudian dilakukan penilaian terhadap perubahan tersebut.<sup>49</sup>

## G. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara tanya jawab secara tatap muka antara penanya dan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara). Wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data untuk mengidentifikasi masalah yang perlu diteliti serta ketika peneliti ingin mendapatkan informasi yang lebih mendalam dari informan.<sup>50</sup>

Jenis wawancara ada dua yaitu wawancara terpimpin dan wawancara tak terpimpin. Pada penelitian ini menggunakan wawancara terpimpin dimana wawancara tersebut merupakan tanya jawab yang terarah untuk mengumpulkan data-data yang relevan saja. Keuntungan dalam wawancara ini adalah

---

<sup>48</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2022), hlm. 132

<sup>49</sup> Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hlm. 145

<sup>50</sup> Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta, Pustaka Ilmu, 2020), hlm. 138. .

pertanyaan sistematis sehingga mudah diolah kembali,<sup>51</sup> pemecahan masalah mudah dan memungkinkan dapat memperoleh kesimpulan yang lebih reliable.

Sebelum melaksanakan wawancara kepada pihak sekolah, peneliti mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan tujuannya adalah untuk menemukan jawaban dari rumusan masalah terkait Strategi Program *Digital Entrepreneurship* Era Revolusi Industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu. Observasi ini dilakukan pada kepala sekolah, 2 guru dan 1 peserta didik, kemudian Dari hasil wawancara tersebut peneliti dapat memberi kesimpulan dan dikumpulkan lalu diolah dan dianalisis secara deskriptif-kualitatif.

Agar wawancara tidak terjebak menjadi debat kusir yang tidak jelas dan tidak terarah dari tujuannya, maka wawancara harus memiliki tujuan dan harus memiliki bentuk. Wawancara dalam penelitian kualitatif pada umumnya terdiri dari tiga bentuk yaitu:

- a. Wawancara yang hanya memuat garis besar yang akan ditanyakan.
- b. Pedoman wawancara secara tersruktu, yakni pedoman wawancara yang disusun secara terperinci sehingga menyerupai checklist.

---

<sup>51</sup> Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif&Kuantitatif*, (Yogyakarta, Pustaka Ilmu, 2020), hlm. 140.



- c. Pedoman wawancara semi terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang tidak hanya memuat garis besar yang akan ditanyakan melainkan peneliti diberi kebebasan sebebas-bebasnya untuk bertanya dan memiliki kebebasan dalam mengatur alur dan setting wawancara.<sup>52</sup>

Dalam wawancara ini, melibatkan tiga aspek penting, diantaranya :

1. Wawancara dengan Kepala Sekolah sebagai pemimpin yang melaksanakan tugasnya sebagai motivator. Wawancara dilaksanakan pada tanggal 12 Januari 2023 di kantor kepala sekolah SMK Nurul Ulum Lebasui
2. Wawancara dengan Guru Bidang Kewirausahaan sebagai penyambung pengalaman kepada siswa untuk pembelajaran digital entrepreneurship
3. Wawancara dengan 1 siswi kelas XII yang mengambil jurusan Keuangan (kewirausahaan).

## **H. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah cara pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen dan dari data-data yang sudah ada mengenai variabel berupa catatan seperti transkrip,

---

<sup>52</sup> Aris Herdiansyah, *wawancara, obsevasi, dan focus grup : sebagai instrumen penggalan data kualitatif*, (Depok:PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 63-67

buku, surat dan lain sebagainya.<sup>53</sup> Dalam desain penelitian ini penelitian harus menjelaskan apa saja yang didapatkan / kumpulkan dan bagaimana cara mengumpulkannya. Karena pengumpulan dokumen bisa menggunakan alat berupa kamera, rekaman wawancara dengan kepala sekolah dan guru akuntansi (kewirausahaan)<sup>54</sup>.

Metode dokumentasi bisa digunakan sebagai pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. dengan hal ini peneliti menggunakan metode dokumentasi untuk mencari data-data otentik sebagai pelengkap, diantaranya adalah profil sekolah, struktur Data guru, data peserta didik yang mengikuti Jurusan Akuntansi Keuangan.

## **I. Uji Keabsahan Data**

Dengan ini merupakan penelitian kualitatif maka menggunakan dengan Triangulasi data. Trigulasi ini diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari beberapa teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.<sup>55</sup> Tujuan penelitian kualitatif memang bukan semata-mata mencari kebenaran, akan tetapi

---

<sup>53</sup> Buna'I, *Penelitian Kualitatif (Pamekasan: STAIN Pamekasan Press, 2008)*, h. 98

<sup>54</sup> Amir Darwis, *Metode Penelitian Pendidikan Islam: Pengembangan Ilmu Paradigma Islam ....* hlm. 57-58

<sup>55</sup> Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 85

lebih pada pemahaman subjek terhadap dunia sekitarnya. Dalam mengetahui itu semua tidak hanya dengan melihat dunia sekitarnya tetapi dengan teori dan sesuai dengan hukumnya.

Selanjutnya Mathinson (1988) mengemukakan bahwa *“the value of triangulation lies in providing evidence-whether convergent, inconsisten, or contracdidtionary”*. Yang artinya adalah Nilai dari teknik pengumpulan data dengan Triangulasi adalah untuk mengetahui data yang diperoleh convergent (luas), tidak konsisten atau kontradiksi. Oleh karenanya dengan menggunakan teknik triangulasi dalam pengumpulan data, maka dari itu data yang diperoleh akan lebih tepat, tuntas dan pasti.

Triangulasi data pada penelitian ini, peneliti gunakan sebagai pemeriksaan melalui sumber lainnya. Dalam pelaksanaanya peneliti melakukan pengecekan data berasal dari wawancara dengan kepala sekolah, wakapsek Sarpras, Humas, Guru bidang Kewirausahaan, dan siswa jurusan akuntansi (kewirausahaan) di SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal.

Data wawancara tersebut kemudian peneliti mengecek dengan hasil pengamatan yang peneliti lakukan selama masa penelitian berlangsung. Setelah itu metode ini digunakan untuk mengeksplorasi kata-kata secara faktual untuk mengetahui strategi digital entrepreneurship era revolusi

industry 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu dengan mengacu pada teori-teori yang relevan.

## **J. Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, setelah itu pengumpulan data. Pada saat wawancara, peneliti sebelumnya sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai.

Analisis data itu termasuk salah satu dari tahapan untuk sebuah penelitian yang dilakukan setelah informasi dan data-data sudah terkumpulkan, lalu data tersebut akan diolah untuk menggambarkan sesuatu keadaan yang ada, lalu di deskripsikan sesuai dengan suatu peristiwa yang terjadi dilapangan.

Pada penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kualitatif. Adapun pengertian analisis data deskriptif kualitatif menurut I Made Wirartha adalah :

*“Teknis analisis deskriptif kualitatif yaitu menganalisis, menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi*

*dilapangan*”<sup>56</sup> Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data deskriptif kualitatif adalah :

- a. Mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan tentang gambaran aktivitas siswa dalam suatu proses pembuatan produk usaha di SMK Nurul Ulum Lebasu jurusan Akuntansi bisnis melalui wawancara dan observasi langsung di lapangan.
- b. Mengidentifikasi masalah yang ada serta menganalisis secara mendalam dengan beberapa pendekatan.

---

<sup>56</sup> I Made Wirartha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*,( Yogyakarta: CV. Andi Offset, 200), hlm. 155

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Gambaran Umum SMK Nurul Ulum Lebaksiu**

###### **a. Sejarah SMK Nurul Ulum Lebaksiu**

Pendidikan di Indonesia berawal dari pendidikan berbasis keagamaan yang di selenggarakan oleh para pemuka dan penyabar agama Hindu, Budha,dan Islam. Pada zamannya , mereka telah mengembangkan sistem pendidikan yang relatif “tersruktur” dari segi isi maupun tingkat-tingkatnya. Namun sistem pendidikan dalam bentuk sekolah atau menyerupai sekolah sekarang baru dimulai pada abad ke-16. Sekolah pertama di Indonesia didirikan oleh penguasa Portugis di Maluku, Altonio Galvano, pada tahun 1536 berupa sekolah seminari untuk anak-anak dari pemuka pribumi .

VOC mendirikan sekolah pertama di Ambon pada tahun 1607, disusul kemudian di Pulau Banda (1622), dipulau Lontar (1923), dan di Pulau Roen(1927), semuanya di kawasan Maluku yang kaya akan rempah-rempah dan menjadi sasaran awal misi VOC. Sekolah-sekolah tersebut pada dasarnya bertujuan untuk

penyebaran agama Kristen . Diluar wilayah Ambon, VOC mendirikan juga sekolah di Jakarta(1617)yang menjadi Sekolah Batavia(Bataviaase School) pada tahun 1622; Sekolah Warga Masyarakat (Burgerschool) tahun 1630, Sekolah Latin (Latijnse School) tahun 1642, dan Sekolah Cina(Chinese School) tahun 1737. Sekolah yang berorientasi “Kejuruan” yang didirikan pertamakali pada zaman VOC adalah Akademi Pelayaran (*Academie der Marine*) pada tahun 1743 tetapi ditutup kembali pada tahun 1755.

Ketika kekuasaan VOC berakhir pada penghujung abad ke-18 pendirian sekolah-sekolah dilanjutkan oleh Pemerintah Hindia Belanda yang berdasarkan atas keturunan, bangsa, dan status sosial. Sekolah Pertama untuk anak-anak Eropa dibuka di Jakarta pada 1817, kemudian menyusul berbagai sekolah lainnya. Akan tetapi, setelah lebih dari dua abad berkuasa sejak zaman VOC, baru pada tahun 1853 Belanda mendirikan sekolah kejuruan, yaitu *Ambachts School van Soerabaia* (Sekolah Pertukangan Surabaya) yang diperuntukan bagi anak-anak Indo dan Belanda, disusul kemudian oleh sekolah serupa di Jakarta pada 1856. Kedua sekolah ini diselenggarakan oleh swasta. Baru pada tahun 1860, Pemerintah Hindia Belanda mengusahakan Sekolah Pertukangan di Surabaya untuk golongan Eropa. Bagi

anak-anak Pribumi, hingga saat itu belum ada sekolah serupa.

Di luar Akademi Pelayaran yang didirikan tahun 1743, Sekolah Pertukangan di Surabaya yang berdiri pada tahun 1853 itulah sebagai sekolah kejuruan pertama di Indonesia. Bila sekolah ini menjadi patokan, maka hingga sekarang sekolah kejuruan di Indonesia telah berusia satu setengah abad.<sup>57</sup>

SMK Nurul Ulum Lebaksiu adalah Sekolah Menengah Kejuruan dibawah naungan Yayasan Pendidikan Islam Nurul Ulum Lebaksiu. Berdiri sejak tahun 2001 berdasarkan Surat Persetujuan Pendirian/ Penyelenggaraan Sekolah Swasta Nomor: 1312/103.08/MN/2001 dengan membukan 2 (dua) Program Keahlian Sekretaris 2 (dua) Kelas dan Akuntansi 2 (dua) Kelas. Ditahun pertama pertama kegiatan pembelajaran dilaksanakan di Gedung MDTA Nurul Ulum Lebaksiu Lor, yang masih satu naungan Yayasan Pendidikan Islam Nurul Ulum Lebaksiu Lor.

Sejalan dengan perkembangan Dunia Industri dan Teknologi baik di bidang Otomotif dan Informatika, menuntut para calon tenaga kerja mempunyai kemampuan

---

<sup>57</sup> Sumber : Website SMK Nurul Ulum, diakses pada tanggal 9 Januari 2023



(*Skill*) dalam bidang tersebut. Oleh karena itu, SMK Nurul Ulum Lebaksiu pada tahun 2009 membuka Prodi Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO) yang dapat Membekali Peserta Didik Pengetahuan dan Skill dalam bidang Mesin Mobil. Dan pada tahun 2015 SMK Nurul Ulum membuka Prodi Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ) yang dapat membekali Peserta Didik dalam bidang Komputer dan Jaringan.

SMK Nurul Ulum Lebaksiu terus berkembang dengan segenap fasilitas yang memadai di dukung dengan semangat dan kerja keras dari berbagai pihak baik dari segenap dewan guru, komite sekolah, siswa dan alumni serta masyarakat sekitar. Dengan dipimpin oleh Bapak Aries Munandar, S.Fil.I, MM selaku Kepala Sekolah pada tahun 2022, SMK Nurul Ulum Lebaksiu telah meluluskan 226 siswa dan pada tahun pelajaran 2022/2023 ini jumlah siswa kelas XII sebanyak 222 siswa yang nantinya siap untuk bersaing di Dunia Kerja dan Wirausaha serta di Perguruan Tinggi. Berikut adalah gambar dari SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal:



*Gambar 1. 1 Foto SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal*

Adapun susunan kepala sekolah SMK Nurul Ulum Lebaksiu dari awal berdiri yang dapat dilihat pada tabel :

*Tabel 1.1 Nama-Nama Kepala Sekolah*

Nama Kepala Sekolah	Periode Kepala Sekolah
Bapak Harjono	2001-2009
Bapak Jahri	2010-2011
Ibu Sulastri	2011-2012
Aries Munandar	2012- sekarang

b. Visi Misi dan Tujuan SMK Nurul Ulum Lebaksiu

1) Visi Sekolah

”Menciptakan Tamatan yang Profesional, Berjiwa Islami dan Berwawasan Kebangsaan”

## 2) Misi Sekolah

1. Meningkatkan keimanan, Ketaqwaan kepada Allah SWT, dan Berakhlakul Karimah Berdasarkan Ahlussunah Waljamaah
2. Menyelenggarakan Kegiatan Belajar Mengajar yang berkualitas
3. Meningkatkan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi
4. Meningkatkan kedisiplinan dan ketertiban
5. Meningkatkan rasa cinta terhadap tanah air, bangsa dan negara

## c. Tujuan SMK Nurul Ulum Lebaksiu

- Menyiapkan Tamatan Untuk Memasuki Lapangan Pekerjaan.
- Menyiapkan Siswa Yang Mampu Memiliki Karier Dan Mampu Berkompetisi
- Menyiapkan Tenaga Kerja Tingkat Menengah Yang Trampil
- Menyiapkan Tamatan Yang Dapat Mandiri Dan Bertaqwa Kepada Tuhan Yang Maha Esa.

- Menyiapkan Tamatan Yang Dapat Memberikan Kontribusi Terhadap Tanah Air Bangsa Dan Negara.

d. Profil Lulusan SMK Nurul Ulum Lebaksiu

- Beriman, bertakwa, dan berbudi pekerti luhur.
- Memiliki sikap mental yang kuat untuk mengembangkan diri secara berkelanjutan.
- Menguasai ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni serta memiliki ketrampilan sesuai dengan kebutuhan pembangunan.
- Memiliki kemampuan produktif sesuai dengan bidang keahliannya baik untuk bekerja pada pihak lain atau berwirausaha.
- Berkontribusi dalam pengembangan industri Indonesia yang kompetitif menghadapi pasar global.
- Menguasai kompetensi program keahlian dan kewirausahaan baik untuk memenuhi tuntutan dunia kerja maupun untuk mengikuti pendidikan tinggi sesuai dengan kejuruannya.<sup>58</sup>

---

<sup>58</sup> Dokumentasi SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal

e. Identitas Sekolah

SMK Nurul Ulum Lebaksiu merupakan salah satu sekolah swasta dengan akreditasi “B”. Waktu kegiatan belajar mengajar di SMK selama 5 hari yaitu dari hari senin sampai jum’at. Identitas lengkap dari SMK Nurul Ulum Lebaksiu dapat dilihat pada tabel dibawah ini<sup>59</sup> :

*Tabel 1. 4 Identitas Sekolah*

Identitas	
Nama Sekolah	SMK Nurul Ulum Lebaksiu
Nama Kepala Sekolah	Aries Munandar
Akreditasi	B
NPSN	20325255
NSS	-
Jenjang	SMK
Status Sekolah	Swasta
Alamat	Jl. Karang Moncol II Lebaksiu Lor RT 03 / RW 04
Desa / Kelurahan	Lebaksiu Lor
Kecamatan	Lebaksiu
Kabupaten / Kota	Tegal
Provinsi	Jawa Tengah
Kode Pos	52461
Waktu Penyelenggaraan	5 Hari
SK Pendirian Sekolah	019/Y.NU/III.I/XII/2000
Tanggal SK Pendirian	2001-04-03

---

<sup>59</sup> Dokumentasi SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal

Tanggal Operasional	SK	2001-04-03
SK Izin Operasional		1312/103.08/MN/2001

### Kontak Sekolah

SMK Nurul Ulum Lebaksiu dapat dihubungi melalui *e-mail*, telepon, *website*. Adapun tempat lokasi SMK Nurul Ulum Lebaksiu beralamat di jalan Jl. Karang Moncol II Lebaksiu Lor RT 03 / RW 04. Kontak informasi yang lebih lengkapnya dapat dilihat tabel berikut ini<sup>60</sup> :

*Tabel 1. 5 Kontak Sekolah*

Kontak	
Website	smknurululum.shc.id
Email	Smknurululum@gmail.com
Facebook	SmknurululumLebaksiu
Instagram	Smk_nurululum_lbs_official
Nomor Telepon	0815-9431-111

---

<sup>60</sup> Dokumentasi SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal

f. Jumlah Guru dan Peserta Didik

Peserta didik di SMK Nurul Ulum Lebaksiu memiliki siswa yang cukup banyak, hal ini bisa dilihat jumlah seluruh siswa berjumlah 788 siswa, jumlah guru 40 orang, dan tenaga pendidik berjumlah 6 orang. Untuk lebih detailnya bisa melihat tabel berikut<sup>61</sup> :

*Tabel 1. 6 Jumlah Guru dan Peserta Didik*

Jenis Kelamin	Guru	Tendik	PTK	PD
Laki-laki	19	7	26	410
Perempuan	21	2	23	378
Total	40	9	49	788

Keterangan :

- Data Rekap Per Tanggal 16 Januari 2023
- Perhitungan PTK adalah yang sudah mendapat penugasan, berstatus aktif dan terdaftar di sekolah induk.
- Singkatan :
  1. PTK = Guru ditambah Tendik
  2. PD = Peserta Didik

---

<sup>61</sup> Dokumentasi SMk Nurul Ulum Lebaksiu Tegal

Adapun Jumlah guru dan pegawai di SMK Nurul Ulum Lebaksiu, untuk lebih jelasnya bisa lihat tabel dibawah ini<sup>62</sup> :

*Tabel 1. 7 Jumlah Guru dan Pegawai*

NO	Status Guru	Tingkat Pendidikan						Jumlah
		S1	D4	D3	D2	D1	SMA	
1								
2	Guru PNS	✓						10
3	Pegawai PNS	✓						7
4	Guru Honorer		✓					25
5	Pegawai Honorer	✓						3
Total								45

### 1. Keadaan Guru

Dalam rangka menunjang keberhasilan poses kegiatan pembelajaran maka dibutuhkan tenaga pengajar yang memadai sehingga sesuai dengan apa yang butuhkan oleh sekolah. SMK Nurul Ulum Lebaksiu memiliki jumlah pendidik dan tenaga kependidikan yang sesuai dan cukup untuk menjalankan kelancaran proses kegiatan

---

<sup>62</sup> Dokumentasi SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal



belajar mengajar. Berikut ini adalah jabatan dan nama guru SMK Nurul Ulum Lebaksiu<sup>63</sup> :

Tabel 1. 8 Nama Guru dan Data Keadaan Guru

Nama Guru	Jabatan	Ket.
Aries Munandar, S.Fil.I.MM	Kepala Sekolah	
Dian Prilampito, S.Pd	Waka Kurikulum	Guru Produktif TJKT
Suprianto, S.Pd	Waka Sarpras	Guru Produktif TO
Sudiharjo, S.Pd	Waka Kesiswaan	Guru Olahraga
M. Paing Riyadi, S.Pd.	Waka Humas	Guru PKN
Agus Ariyanto, SE, M.Pd	K3 AKL	Guru Produktif AKL
Wiwit P. Maulida, S.Pd	K3 OTKP	Guru Produktif OTKP
Didi Wahyudi, S.Pd.	K3 TKRO	Guru Bahasa Indonesia

---

<sup>63</sup> Dokumentasi SMK Nurul Ulum Lebasiu Tegal

Setiyo Agus Hariyadi, A.Md	K3 TKJ	Guru Produktif TJKT
Neery Soodhak, S.Pd.	Wali Kelas XI TKJ 1	Guru Bahasa Indonesia
Wisnu Pramono, S.Pd.	Wali Kelas XII TKRO 2	Guru Matematika
Moh. Abdulatip, S.Pd. Ek		Guru Produktif AKL
M. Soleh, S.Pd.	Wali Kelas XI OTKP	Guru Sejarah
Mukmin, S.Pd	Wali Kelas X AKL	Guru Produktif AKL
Esti Anjas Afriyani, S.Pd.	Wali Kelas X TO 3	Guru Bahasa Indonesia
Malihatun, S.Ag.	Wali Kelas XII AKL	Guru PAI
Ike Mulatdriyaningsih, SP.	Wali Kelas XII TKRO 3	Guru Produktif OTKP
Anisatul Azizah, S.Pd.	Wali Kelas X TJKT 1	Guru Bahasa Inggris
Jamal Nasir, S.Ag	Wali Kelas XI TKJ 2	Guru PAI
Putrika Aftiani, S.Pd.	Wali Kelas X TJKT 2	Guru Bahasa Inggris
Mafrokha, S.Pd.	Wali Kelas XI AKL 1	Guru Matematika

Santika Arifin, S.Pd.		Guru Bahasa Jawa
Afiyah, SE	Wali Kelas XII TKRO 1	Guru Produktif AKL
Oktin Herlina, S.Pd		Guru PKN
Komia Pero, S.Pd.Si	Wali Kelas XI TKRO 1	Guru IPAS
Latip Purohmani, A.Md	Wali Kelas XII TKJ 2	Guru Produktif TJKT
Baitu Asmaul Lazfi, ST	Wali Kelas XII TKJ 1	Guru Produktif TJKT
Nur Asiyatun, S.Pd	Wali Kelas XI AKL 2	Guru Produktif TO
Dwi Sri Utami,S.Pd	Wali Kelas X TJKT 3	Guru Bahasa Jawa
Ardi Nurdiansah, S.Pd		Guru Produktif TO
Ana Kritanti, S.Pd		Guru Bahasa Indonesia
Putro Tri Pamungkas, S.Pd	BK/WALIKELAS XI TKRO 3	Guru BK
Risqi Fardiansyah, S. Mat		Guru Matematika
Yusuf Bahtiar	Wali Kelas X TO 2	Guru Produktif TO

Khusniatun Laely, S.Ag	Wali Kelas XII OTKP	Guru Bahasa Inggris
Indrawan		Guru Produktif TO
Arini Fitria Ulfah, S.Pd	Wali Kelas X MPLB 1	Guru Produktif OTKP
Mohammad Gusti Anugrah, S.Kom	Wali Kelas XI TKRO 2	Guru Produktif TJKT
Arti Arifiyani, S.Pd	BK/Wali Kelas X MPLB 2	Guru BK
Faizatul Annisa, S. Mat	Wali Kelas TO 1	Guru Matematika
M. Zainul Mustofa, S.Pd		Guru KeNUan
Mohamad Ainur Rofiq		Guru Produktif TJKT
M. Angger Tri Wicaksono		Guru Produktif TO
Nabila Maula Isnaeni		Guru Produktif OTKP
Tajri, ST		Guru Produktif TO
Radhita Tsabita Maulida, S.Pd	BK	Guru BK

Irvan		Guru Produktif TO
-------	--	----------------------

2. Keadaan Siswa

Diketahui jumlah siswa di SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal pada tahun 2021/2022 seluruhnya berjumlah 764 orang. Berdasarkan kelas dan jurusan dapat dilihat pada tabel dibawah ini<sup>64</sup> :

*Tabel 1. 9 Rekap data peserta didik SMK Nurul Ulum Lebaksiu*

Kompetensi Keahlian	X			XI			XII				TOTAL	
	L	P	JM L	L	P	JM L	L	P	J M L	L	P	J M L
Akuntansi dan keuangan lembaga	0	30	30	2	48	50	1	3 8	3 9	3	116	1 1 9
Otomasi dan tata kelola perkantoran	0	52	52	0	45	45	0	3 4	3 4	0	131	1 3 1

---

<sup>64</sup> Dokumentasi SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal

Teknik kendaraan ringan otomotif	10 1	3	10 4	89	1	89	98	0	9 8	2 8 8	4	2 9 2
Teknik computer dan jaringan	37	57	94	41	40	81	22	2 5	4 7	1 0 0	122	2 2 2
Total	13 8	14 2	28 0	13 2	13 4	26 5	12 1	9 7	2 1 8	3 9 1	373	7 6 4

g. Sarana dan Prasarana

SMK Nurul Ulum Lebaksiu memiliki sarana dan prasarana yang terdiri dari ruang kelas, ruang perpustakaan, ruang laboratorium, ruang pimpinan, ruang guru, musholla, ruang UKS (Unit Kesehatan Sekolah), ruang osis, ruang BK, ruang kantin, ruang toilet, ruang gudang, dan ruang TU (Tata Usaha) yang detailnya bisa melihat tabel berikut<sup>65</sup> :

---

<sup>65</sup> Dokumentasi SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal

*Tabel 1. 10 Sarana dan Prasarana*

Sarana dan Prasarana	Ket / Kondisi	Jumlah
Status Kepemilikan Gedung	Yayasan	
Luas Tanah Milik / Bukan Milik	9,249 m / 0 m	
Akses Internet		
Sumber Listrik	PLN	
Daya Listrik	14,00 watt	
Ruang Kelas	Baik	26
Ruang Perpustakaan	Baik	1
Ruang laboratorium	Komputer	1
Ruang Pimpinan	Baik	1
Ruang Guru	Baik	1
Ruang Ibadah	Baik	1
Ruang UKS	Baik	1
Ruang Osis	Baik	1
Ruang BK	Baik	1
Ruang Kantin	Baik	1

Ruang Toilet	Baik	4
Ruang Bangunan	Kurang Baik	1
Ruang TU	Baik	1
Total		41

## 2. Strategi Program Digital Entrepreneurship Era Revolusi Industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu

### 1. Strategi Program Digital Entrepreneurship pada SMK Nurul Ulum Lebaksiu

Bisnis online adalah bisnis yang dijalankan secara online atau menggunakan serba digital dengan menggunakan jaringan internet, informasi tentang produk atau jasa yang akan dijual akan ditampilkan dengan media webside.<sup>66</sup> Sejak adanya internet, para pedagang ataupun masyarakat telah berusaha membuat toko online dan menjual produk kepada mereka yang sering menjelajahi dunia maya. Para pelanggan bisa mengunjungi lewat toko online store tidak susah payah untuk mengunjungi ke store offline. Karena toko online ini kita bisa melihat hasil

---

<sup>66</sup> Area Perbedaan, Perbedaan Bisnis Online dan Bisnis Offline, dalam <http://area.perbedaan.blogspot.in/2015/01/perbedaan-bisnis-online-dan-offline.html> di akses pada 22 Maret 2023.



ataupun mengecek jualan kita lewat handpone, maka dari itu ini adalah peluang yang dimanfaatkan sekolah SMK Nurul Ulum dalam melakukan program digital entrepreneurship.

Prospek bisnis online atau program digital entrepreneurship sangat luar biasa karena dapat menjangkau semua orang di berbagai belahan bumi, dan bisa mengenalkan kepada siswa untuk belajar entrepreneurship secara digital, karena melihat era revolusi 4.0 sudah menggunakan serba digital, mau tidak mau sekolah harus mewadai dan memberikan layanan kepada siswa untuk belajar dari sekarang. Mengingat juga penggunaan internet setiap tahunnya mengalami perkembangan pesat, olehkarenanya ini adalah sebagai peluang untuk sekolah.

Salah satu keuntungan program digital entrepreneurship dalam SMK Nurul Ulum adalah untuk memperlihatkan kepada masyarakat bahwasannya pada SMK ada program digital entrepreneurship, juga memikat siswa lulusan SMP untuk mendaftar di sekolah SMK Nurul Ulum.

## 1.1 Hubungan masyarakat

Produk digital entrepreneurship di SMK Nurul Ulum Lebaksiu ini turut berpartisipasi dalam beberapa event yang diadakan di sekitar kabupaten Tegal.

Mengenai observasi peneliti hasil dari hubungan masyarakat dalam program digital entrepreneurship pada SMK Nurul Ulum Lebaksiu yaitu dengan mengikuti event-event yang dilaksanakan oleh pihak sekolah lain, krena dengan itulah produk yang dijual di SMK Nurul Ulum bisa di kenal dan diketahui oleh sekolah lain ataupun guru. Agar nantinya bisa menjadikan ide atau wawasan yang luas untuk siswa sekolah lain untuk bisa mengembangkan bakat dan minatnya.

Pada hubungan masyarakat dalam program digital entrepreneurship di SMK Nurul Ulum sendiri peneliti menanyakan langsung kepada Ibu Nur asiyatun S.Pd selaku guru kewirausahaan dan penanggung jawab terkait masalah event-event antar sekolah, beliau mengatakan bahwa:

“Ketika ada event di sekolah maupun luar sekolah kami mempromosikan tujuannya untuk mengenalkan produk buatan siswa siswi SMK Nurul Ulum Lebaksiu dan untuk mengangkat nama baik SMK Nurul Ulum di masyarakat setempat. Salah satunya adalah pameran produk pada saat event antar sekolah yang di selenggarakan dalam rangka ulang tahun KEMENAG Kab.Tegal. tujuan yang lainnya adalah agar memberikan contoh kepada siswa siswi maupun guru di sekolah lain tertarik dengan adanya program digital entrepreneurship.”<sup>67</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dikuatkan dengan hasil wawancara peneliti terhadap siswa kelas XII jurusan kewirausahaann yang mengikuti event yang di adakan oleh sekolah lain, mengatakan bahwa:

Saya selama mengikuti event yang diadakan oleh sekolah lain merasa senang, karena dengan hal ini saya bisa

---

<sup>67</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Nur Asiyatun S.Pd selaku Guru Jurusan akuntansi (Kewirausahaan) SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal pada tanggal 13 Januari 2023 pukul 10.15 s.d 11.00

membanggakan nama baik sekolah, tidak hanya guru antusias kepada hasil karya kami, tetapi siswa juga memberikan apresiasi kepada kami. Oleh karenanya saya bangga karena bisa menerapkan ilmu yang telah di ajarkan di sekolah.<sup>68</sup>

Dari hasil observasi dan wawancara peneliti dapat menyimpulkan bahwa keberhasilan yang diberikan oleh SMK Nurul Ulum mengenai program digital entrepreneurship kepada siswanya mampu membawakan nama baik SMK ke sekolah yang lain, dan berhasil menarik hati guru dan siswa sekolah lain terhadap adanya program digital entrepreneurship.

## 1.2 Eksistensi Program digital entrepreneurship

Untuk mengetahui eksistensi program digital entrepreneurship di SMK Nurul Ulum Lebaksiu maka peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Adapun pertanyaan yang pertama diajukan kepada kepala

---

<sup>68</sup> Hasil Wawancara dengan siswa kelas XII SMK Nurul Ulum kelas XII bidang kewirausahaan pada tanggal 13 Januari 2023 pukul 11.00 s.d 11.15

sekolah sesuai dengan instrument penelitian yang telah diajukan kepada kepala sekolah SMK Nurul Ulum Lebasiu, pertanyaannya adalah Bagaimana pertama kali program digital entrepreneurship ini muncul? Adapun jawaban dari kepala sekolah adalah :

Program ini pertama kali muncul pada saat pandemi muncul di tanah Indonesia ini, namun awalnya mencoba coba karena pada saat pandemi pembelajaran tatap muka tidak ada, oleh karena itu dengan memunculkan ide / fikiran dari salah satu guru memunculkan aplikasi-aplikasi baru contohnya Puskomdik, Metode Elearning, lewat web sekolah, Fb, Shoppe, pokoknya lewat aplikasi digital.<sup>69</sup>

Pertanyaan yang sama peneliti mengajukan pertanyaan kepada dewan guru kewirausahaan dan siswa SMK Nurul Ulum Lebaksiu, pertanyaannya adalah Kapan pertama kali program/ide digital entrepreneurship ini

---

<sup>69</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Aries Munandar, S.Fil.I.MM selaku Kepala Sekolah SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal pada tanggal 12 Januari 2023 pukul 08.30 s.d 10.00

muncul? Adapun jawaban mereka dewan guru kewirausahaan dan siswa adalah :

Ide program digital entrepreneurship ini muncul pada saat pandemi mulai yaitu sekitar 2 tahun yang lalu, pada saat itu munculah ide program digital entrepreneurship langsung berjalan, hanya saja tahap pertama ide ini belum sesuai dengan jobdesnya, dikarenakan siswa belum bisa menerima penuh adanya ini, karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Akan tetapi seiring berjalannya waktu siswa mampu memahami. Karena sekolah ini sekolah kejuruan maka program digital entrepreneurship ini harus diterapkan dan sampai saat ini program tersebut masih terus dilaksanakan.<sup>70</sup>

Dilanjutkan dengan jawaban dari siswa mengenai kapan pertama kali program digital entrepreneurship pada SMK Nurul Ulum Lebaksiu yaitu:

Kami tidak tau persis kapan program digital entrepreneurship ini muncul, namun pada saat

---

<sup>70</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Nur Asiyatun S.Pd selaku Guru Jurusan akuntansi (Kewirausahaan) SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal pada tanggal 12 Januari 2023 pukul 08.30 s.d 10.00

kami masuk kesekolah ini, program ini telah dilaksanakan dan kami sudah menerapkan program digital entrepreneurship ini, walaupun pada saat itu kami menerima materi online, karena adanya wabah Covid-19”<sup>71</sup>.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan di SMK Nurul Ulum Lebaksiu, Program digital entrepreneurship telah dilaksanakan pada saat pandemi Covid-19 muncul, walaupun pada awalnya sekolah melaksanakan program digital entrepreneurship dengan seadanya dengan keterbatasan yang ada, setelah pandemi Covid-19 sudah tidak ada, baru melaksanakan praktek langsung terhadap siswanya mengenai program digital entrepreneurship.<sup>72</sup>

Pertanyaan selanjutnya adalah “Apakah program ini lahir setelah bapak menjadi kepala sekolah atau sudah ada sejak sebelum bapak menjabat?” pertanyaan ini di ajukan kepada bapak kepala sekolah SMK Nurul Ulum Lebaksiu. Adapun jawaban yang di ucapkan oleh bapak Arief

---

<sup>71</sup> Hasil Wawancara dengan Aulia Nur asyifa siswa kelas XII SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal pada tanggal 13 Januari 2023 pukul 10.150 s.d 10.35

<sup>72</sup> Hasil Observasi yang dilakukan pada tanggal 11 Januari 2023 pukul 09.00 s.d 11.30

Munandar selaku kepala sekolah adalah:  
“Program ini lahir pada saat saya sudah menjabat sebagai kepala sekolah.”<sup>73</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti buat untuk mewawancari guru akuntansi (kewirausahaan) SMK Nurul Ulum Lebaksiu untuk menguatkan jawaban dari kepala sekolah. Pertanyaannya adalah

“Apakah program ini muncul pada saat kepemimpinan kepala sekolah yang sekarang atau sudah ada sebelumnya?”

Beliau menjawab “Jelas dari bapak kepala sekolah yang sekarang, karena program ini baru berjalan selama 2 Tahun.”<sup>74</sup>

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan di SMk Nurul Ulum bahwasannya program *digital entrepreneurship* ini baru berjalan kurang lebih 2 tahun, pada sejak bapak kepala sekolah Aries Munandar

---

<sup>73</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Aries Munandar, S.Fil.I.MM selaku Kepala Sekolah SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal pada tanggal 12 Januari 2023 pukul 09.00 s.d 09.30

<sup>74</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Nur Asiyatun S.Pd selaku Guru Jurusan akuntansi (Kewirausahaan) SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal pada tanggal 12 Januari 2023 pukul 08.30 s.d 10.00



menjabat. Beliau akan menerapkan bahwasannya program ini akan terus berjalan dan terus berkembang.

### 1.3 Strategi pemasaran

Seperti yang peneliti lihat, bahwa di SMK Nurul Ulum Lebaksiu memiliki Kegiatan operasional pada usaha pengembangan digital entrepreneurship, salah satunya adalah usaha telur asin yang di tangani oleh guru spesifikasi akuntansi marketing yaitu ibu Nur Aisyatun S.Pd dan seluruh murid spesifikasi marketing. Hal ini mungkin dapat dilihat berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwadalam penerapan strategi pemasaran pada digital marketing di SMK Nurul Ulum adalah sebagai berikut :

### 1.4 Segmentasi Pasar

Seperti yang peneliti lihat di SMK Nurul Ulum Lebaksiu memiliki segmentasi pasar pada digital entrepreneurship produksi telur asin adalah berdasarkan pada aspek geografis dan demografis. Berdasarkan segmen geografisnya konsumen digital entrepreneurship Telur asin di SMK Nurul Ulum Lebaksiu merupakan seluruh lapisan masyarakat, guru, baik individu maupun instansi. Berdasarkan segmen demografis, konsumen digital entrepreneurship telur asin di SMK adalah anak-

anak usia 7-14 tahun, remaja 15-20 tahun, dan dewasa 21-30 tahun, bahkan 40-60 tahun.

Untuk segmentasi kita semua kalangan pelajar, guru, masyarakat, instansi, dan semua orang dari anak-anak hingga dewasa. Ya semua orang pasti suka dengan olahan telur asin.<sup>75</sup>

Dari ungkapan tersebut tentunya di perkuat dan dilihat dari hasil observasi bahwasannya segmentasi pasar pada digital entrepreneurship ini memerlukan target sasarannya yaitu dari anak-anak sampai orang tua, pada segmentasi ini siswa / murid membuat desain untuk menarik daya Tarik konsumen.<sup>76</sup>

Berdasarkan hasil dari wawancara dan observasi dapat peneliti simpulkan bahwa segmentasi pasar pada SMK Nurul Ulum dalam usaha telur asin adalah pada hakikatnya usaha ini untuk kalangan masyarakat, guru, pelajar dari anak-anak hingga orang dewasa. Hal ini supaya program *digital entrepreneurship* pada SMK

---

<sup>75</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Nur Asiyatun S.Pd selaku Guru Jurusan akuntansi (Kewirausahaan) SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal pada tanggal 13 Januari 2023 pukul 08.30 s.d 10.00

<sup>76</sup> Hasil observasi peneliti terhadap

Nurul Ulum bisa dikenal kepada seluruh masyarakat dan mengetahui dengan baik.

### 1.5 Targeting

Setiap adanya usaha tentunya memiliki targeting pada jualannya, tentunya dalam program digital entrepreneurship mampu memberikan gambaran untuk sebuah target untuk kedepannya. Pada program digital entrepreneurship produksi telur asin di SMK Nurul Ulum Lebaksiu adalah semua masyarakat khususnya yang berada di Kab.Tegal dan sekitarnya baik para pelajar, mahasiswa dan seluruh kalangan yang suka dengan olahan telurasin.

Melalui observasi peneliti mencoba menanyakan langsung terhadap narasumber yaitu guru kewirausahaan tentang targeting dalam pemasaran program digital entrepreneurship pada penjualan telur asin di SMK Nurul Ulum Lebasiu.

Saya sebagai guru kewirausahaan hanya memberikan wawasan kepada siswa mengenai target pada entrepreneurship produk telur asin ini yaitu kepada semua konsumen yang suka dengan olahan telur asin, kami sudah menjualnya dengan online jadinya produk kami bisa di cicipi di halayak umum. Baik anak-anak sampai dengan

orang dewasa. Lewat media social kami bisa mengembangkan olahan hasil dari siswi siswi kewirausahaan yaitu dengan aplikasi Whatsap dan Shopee.<sup>77</sup>

Dari pernyataan ibu Atun sebagai guru kewirausahaan tentunya peneliti menangkap bahwa strategi targeting dalam program digital di SMk Nurul Ulum Lebaksiu ini sesuai dengan kemampuan sekolah dalam mengatasi strategi tersebut.

Peneliti menanyakan hal yang serupa kepada siswa kewirausahaan di sekolah mengenai targeting pada strategi digital entrepreneurship di SNK Nurul Ulum pada penjualan telur asin.

Menurut saya proses marketing dalam entrepreneurship di SMK Nurul Ulum memang untuk kalangan umum, karena saya sebagai siswa di ajarkan untuk menyebar luaskan hasil karya sendiri untuk diperjual belikan. Biasanya saya iklan hasil karya sendiri melalui aplikasi Whatsap

---

<sup>77</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Nur Asiyatun S.Pd selaku Guru Jurusan akuntansi (Kewirausahaan) SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal pada tanggal 13 Januari 2023 pukul 08.30 s.d 10.00

dan Shopee, dalam bentuk offlinnya kita berjualan di CFD alun-alun.<sup>78</sup>

Penjelasan dari siswa mengenai targeting entrepreneurship pada SMK Nurul Ulum mengungkapkan bahwa targeting entrepreneurship bisa di konsumsi kepada halayak umum, dan biasanya di iklankan melalui aplikasi Wastap dan Shopee.

Berdasarkan dari uraian diatas peneliti melihat bahwa digital entrepreneurship pada strategi penjualannya berjalan. Karena melihat dari siswa yang

## 1.6 Positioning

Digital entrepreneurship produksi telur asin di SMK Nurul Ulum Lebasiu ini sebagai penyaluran proses pembelajaran pembuatan telur asin yang memberikan kemudahan bagi para konsumen agar tidak susah payah untuk membuat telur asin dan tentunya untuk menyebarluaskan bahwa SMK Nurul Ulum memberikan wadah untuk para siswa yang mempunyai usaha setelah lulus sekolah. Karena sesuai dengan visi sekolah SMK

---

<sup>78</sup> Hasil wawancara dengan siswa SMK Nurul Ulum kelas XII bidang kewirausahaan pada tanggal 16 Januari 2023 pukul 10.00 s.d 11.15

yaitu “Menciptakan Tamatan yang Profesional, Berjiwa Islami dan Berwawasan Kebangsaan”.

Melalui observasi peneliti mencoba bertanya langsung kepada guru kewirausahaan tentang positioning dalam program digital entrepreneurship pada penjualan telur asin di SMK Nurul Ulum Lebasiu.

Digital entrepreneurship produksi telur asin ini menjaga kualitas produk supaya pelanggan atau konsumen merasa puas dengan hasil yang enak juga, dan juga pas dengan harga pada umumnya.<sup>79</sup>

Dari pernyataan ibu Atun sebagai guru kewirausahaan tentunya peneliti menangkap bahwa adanya respon baik terhadap sekolah dengan adanya program digital entrepreneurship ini dan respon baik juga dari konsumen.

Peneliti menanyakan hal yang sama terhadap siswa mengenai positioning strategi digital entrepreneurship pada produksi telur asin di SMK Nurul Ulum Lebasiu, mengatakan bahwa:

---

<sup>79</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Nur Asiyatun S.Pd selaku Guru Jurusan akuntansi (Kewirausahaan) SMK Nurul Ulum Lebasiu Tegal pada tanggal 13 Januari 2023 pukul 08.30 s.d 10.00

Saya sebagai siswa jurusan kewirausahaan sangat senang dan sangat kebantu, dengan adanya program ini saya banyak pengalaman dan banyak belajar mengenai program digital, karena pada era revolusi 4.0 sudah mengenalkan kita untuk terjun di dunua yang serba digital<sup>80</sup>.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwasannya positioning dalam program digital entrepreneurship ini yaitu bisa menyalurkan pembelajaran yang baik terhadap siswa, dan sesuai dengan misi sekolah yaitu bisa memberikan atau menciptakan tamatan yang bisa berguna dan bisa memiliki pengalaman buat bangsa.

## 1.7 Bauran Pemasaran / *Marketing mix*

### a) *Product*

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasaran untuk mendapatkan perhatian, lalu dibeli dan di pergunakan uyang bisa memuaskan keinginn kebutuhan konsumen.

---

<sup>80</sup> Hasil wawancara dengan siswa SMK Nurul Ulum kelas XII bidang kewirausahaan pada tanggal 13 Januari 2023 pukul 10.00 s.d 11.15

b) Kualitas produk

Kualitas produk dalam entrepreneurship haruslah ada yang bisa di percaya kepada konsumen dan tentunya tidak mengandung bahan yang berbahaya.

Dari hasil observasi peneliti menyimpulkan bahwa kualitas yang dibuat untuk pembuatan telur asin dengan menggunakan bahan-bahan yang gampang dicari tentunya menghasilkan telur asin yang enak.<sup>81</sup>

Ibu Nur Asiyatun S.Pd mengatakan bahwasannya produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik dan juga menjamin rasa dengan pemilihan bahan yang *top grade*.

kami menjaga kualitas produk dan rasa. Untuk bahan-bahannya kita menggunakan bahan yang bagus dan mengasini nya kita membutuhkan waktu yang cukup lama agar hasilnya itu sempurna.<sup>82</sup>

---

<sup>81</sup> Hasil Observasi Bauran Pemasaran pada Strategi Digital Entrepreneurship era Revolusi Industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal pada tanggal 13 Januari 2023

<sup>82</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Nur Asiyatun S.Pd selaku Guru Jurusan akuntansi (Kewirausahaan) SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal pada tanggal 13 Januari 2023 pukul 08.30 s.d 10.00



Dari hasil wawancara dan observasi diatas, kualitas produk pada entrepreneurship pada kewirausahaan itu sangatlah penting, karena untuk memberikan nilai positif dari konsumen dan memberikan feedback yang baik untuk sekolah.

c) Melakukan *quality control*

Quality control untuk sebuah produk kewirausahaan itu penting, gunanya untuk pengontrolan pada suatu pengemasan produk-produk tersebut untuk dapat di pasarkan dengan menjamin kualitas dari produk tersebut.



*Gambar 1. 2* Melakukan Quality Control Telur Asin

Berdasarkan observasi produk telur asin peneliti menemui siswa yang sedang melakukan quality

control, yaitu pengecekan stempel ataupun pengemasan dari produk telur asin.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Ibu Nur Asiyatun S.Pd selaku guru kewirausahaan, beliau mengatakan:

sesuai materi yang diajarkan untuk para siswa, bahwasannya quality control itu penting dilakukan dalam menjaga kualitas produk sehingga meyakinkan kepada calon konsumen dan sesuai dengan standar yang ada. kami biasanya untuk quality control produk dibuat narik pembeli. Jadi pada saat tahap ahir atau bagian finishing produk nantinya akan dicek satu persatu apakah telur asinnya sesuai dengan standar yang dipasarkan atau tidak. Biasanya untuk mengetahui telur asin yang tidak sesuai itu melihat telurnya dan menimbanginya, kalau ringan itu tandanya telur asinnya kurang sesuai standar pemasaran pada kami. Dan kami menambahi cap pada telur asin tersebut<sup>83</sup>

---

<sup>83</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Nur Asiyatun S.Pd selaku Guru Jurusan akuntansi (Kewirausahaan) SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal pada tanggal 13 Januari 2023 pukul 08.30 s.d 10.00

Berdasarkan pernyataan diatas, peneliti menanyakan hal yang sama kepada salah satu siswa kelas XII jurusan kewirausahaan tentang apa yang kamu pahami tentang quality control pada kewirausahaan:

Menurut ilmu yang saya dapatkan mengenai mateti quality control adalah bagaimana kita melihat produk yang akan di jual, terkait dengan kehalayakannya suatu produk untuk di pasarkan, tentunya ini adalah salah satu pengalaman buat kita agar bisa melakukan quality control terlebih dahulu sebelum dipasarkan.<sup>84</sup>

Dari hasil wawancara diatas, disimpulkan bahwa dalam melaksanakan *entrepreneurship* itu ada yang namanya quality qontrol, pada SMK Nurul Ulum Lebaksiu ini menerapkan tentang quality control pada produk-produk yang akan dipasarkan. Tentunya itu semua menghasilkan feedback yang baik untuk sekolah juga memberikan ilmu untuk siswa.

d) *Price*

---

<sup>84</sup> Hasil wawancara dengan siswa SMK Nurul Ulum kelas XII bidang kewirausahaan pada tanggal 13 Januari 2023 pukul 10.30 s.d 11.15

Setiap *entrepreneurship* tentunya mempertimbangkan harga jual di pasaran. Tentunya dalam kewirausahaan harga adalah jumlah yang di butuhkan dalam berwirausaha tentunya untuk mendapatkan sebuah keuntungan dalam berwirausaha. Tentunya peneliti ingin mengetahui secara langsung apakah price dalam entrepreneurship di SMK Nuru Ulu mini sudah memiliki keuntungan apa belum, apakah membuahkan hasil untuk sekolah atau tidak.

Berikut adalah rincian harga laba rugi dari penjualan produk telur asin:

**B. Laporan Laba-Rugi**

Modal Awal			Rp 405.000
Pemakaian Bahan :			
Telur Bebek	125 butir x Rp 2.500 per butir =	Rp 312.500	
Potongan		Rp 12.500	
Pembayaran			Rp 300.000
Garam Krosok		Rp 25.000	
Mika	15 Pcs	Rp 15.500	
Stiker	2 Lembar x Rp 7.000 per lembar =	Rp 14.000	
Adu		Rp 5.000	
Biaya - Biaya		Rp 37.500	
Pengeluaran		Rp 357.500	
Kerugian Telur Pecah =	8 butir x Rp 2.500 per butir =	Rp 20.000	
			Rp 337.500
Sisa Modal			Rp 67.500
Penjualan :			
20 bungkus x Rp 10.000 per butir =		Rp 390.000	
Sisa Modal		Rp 67.500	
			Rp 457.500
Laba Bersih	= Rp 457.500 - Rp 405.000		
			Rp 52.500

*Gambar 1. 3 Laporan laba rugi peneualan telur asin*

Melalui observasi peneliti mencoba menanyakan langsung terhadap narasumber yaitu guru SMK Nurul Ulum yang bertanggung jawab dalam bidang kewirausahaan.

Saya Sebagai guru kewirausahaan mengatakan untuk harga produk yang dijual termasuk harga yang terjangkau, artinya dapat dijangkau oleh semua kalangan. Dan tentunya dalam hal ini kami bisa mengangkat nama baik sekolah SMK Nurul Ulum.<sup>85</sup>

Penjelasan dari Ibu Nur Asiyatun mengatakan bahwa ia melakukan riset harga pasar yaitu dengan mengidentifikasi harga yang ditetapkan. Melihat harga penjual yang sama-sama menjual telur asin. Akan tetapi ibu atun mengembalikan harga jual terhadap siswa nya.

Dari pernyataan diatas menurut Ibu Nur Aisyatun selaku guru kewirausahaan peneliti menangkap bahwa pada penentuan harga dalam memproduksi telur asin sudah di tinjau dari harga jual pasar yang lainnya. Akan tetapi ibu atun mengembalikan harga

---

<sup>85</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Nur Asiyatun S.Pd selaku Guru Jurusan akuntansi (Kewirausahaan) SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal pada tanggal 16 Januari 2023 pukul 08.30 s.d 10.00

jual kepada siswanya, karena di SMK Ini proses pembuatan bareng tetapi proses pemasarannya berbeda, karena proses jual pada entrepreneurship ini menyerahkan desain kemasan produk kepada siswa, sekreatif mungkin siswa mampu menarik konsumen.

Peneliti menanyakan hal terkait harga jual digital entrepreneurship produksi telur asin. Diungkapkan oleh siswa bahwasannya:

harga jual biasanya tergantung dari habisnya modal pengemasan pada produk telur asin, karena setiap kelompok memiliki desain dan jumlah modal yang berbeda. Penetapan harga juga kita membandingkan dengan harga telur asin yang lain atau di tempat yang berbeda.<sup>86</sup>

Dari hasil wawancara dan observasi peneliti dapat menyimpulkan bahwasannya semua kelompok dalam pembuatan program entrepreneurship pada pembuatan telur asin memiliki nilai jual yang berbeda, semua tergantung dari besar kecinya modal untuk pengemasan pada telur asin, akan tetapi semua itu tidak jauh dari harga asli dari produk pasaran yang lainnya.

---

<sup>86</sup> Hasil wawancara dengan siswa SMK Nurul Ulum kelas XII bidang kewirausahaan pada tanggal 16 Januari 2023 pukul 10.00 s.d 11.15

e) *Place*

*Place* atau tempat merupakan salah satu unsur marketing, karena tempat yang strategis merupakan lokasi yang ramai dan banyak dilakui banyak orang. Akan tetapi menentukan tempat itu harus melakukan survey dan harus memilih tempat yang pas dan tepat.

Melalui observasi peneliti mengenai place pada strategi digital entrepreneurship ini dimana tempat yang ramai dan tempat yang membuat event besar.

Penjelasan ini di jelaskan oleh Bapak Aries Munandar S.Fil.I.MM selaku Kepala sekolah SMK Nurul Ulum Lebaksiu mengatakan bahwa:

Untuk tempat promosi penjualan program digital entrepreneurship ini biasanya memilih di tempat-tempat yang ramai, biasanya memilih untuk mengikuti pameran atau event yang diadakan oleh sekolah lain atau yang lainnya. Pada saat ada event sekolah kemaren dari SMK mempromosikan hasil praktek dari siwa, tidak hanya telur asin, akan tetapi ada

spidometer, OKP (Jasa Layanan), TKJ dengan hasil karya siswa membuat desain kalender.<sup>87</sup>



*Gambar 1. 4 Dokumentasi event di sekolah*

Penjelasan lain juga di paparkan oleh Ibu Nur Asiyatun S.Pd selaku guru kewirausahaan di SMK beliau mengatakan bahwa:

Untuk tempat pada program *digital* ini biasanya kita mengambil event yang diadakan oleh sekolah lain ataupun di tempat yang ramai yang banyak dijumpai oleh orang banyak.

Dari hasil wawancara terhadap Ibu Nur Asiyatun diatas di perkuat lagi dengan wawancara terhadap

---

<sup>87</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Aries Munandar, S.Fil.I.MM selaku Kepala Sekolah SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal pada tanggal 16 Januari 2023 pukul 09.00 s.d 09.30



salah satu siswa kelas XII jurusan kewirausahaan, mengatakann bahwa:

Dari pengalaman saya untuk tempat pemasaran dalam program *digital entrepreneurship* ini selain lewat media social saya biasanya mengikuti event di acara-acara luar tentunya dilalui dengan banyak orang, contohnya di CFD alun-alun Slawi. Dengan hal ini saya dan teman-teman bisa menjual produk yang di hasilkan pada sekolah.<sup>88</sup>

Dari penjelasan wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwasannya untuk tempat pada program *digital entrepreneurship* ini tidak hanya di media social saja, akan tetapi mengikuti event yang di adakan di sekolah lain dan di tempat-tempat yang ramai contohnya CFD.

f) *Promotion*

Dalam dunia *entreprenership* tentunya menggunakan teori promosi, untuk mendapatkan pelanggan dan mendapatkan feedback yang baik untuk sekolahan. Dengan demikian sebelum terjun langsung ke lapangan Ibu Atun sebagai guru

---

<sup>88</sup> Hasil Wawancara dengan siswa kelas XII SMK Nurul Ulum kelas XII bidang kewirausahaan pada tanggal 16 Januari 2023 pukul 10.00 s.d 11.15

kewirausahaan menjelaskan materi tentang promosi produk kepada siswa, beliau mengatakan bahwa melakukan kegiatan promosi menggunakan beberapa strategi sebagai berikut :

1. Penjualan pribadi (Personal selling)

Menurut Ibu Nur Asiyatun S.Pd mengatakan bahwa komunikasi yang diterapkan pada promosi ini diteruntukan kepada pelanggan yakni dengan fast response chat pelanggan melalui platform digital seperti social media dan marketplace Shopee. Untuk pembelian yang banyak biasanya pelanggan memesan terlebih dahulu, sedangkan pelanggan yang membeli dengan jumlah sedikit bisa langsung.

kami biasanya membuat dadakan jika konsumen memesan dengan jumlah yang banyak, dan biasanya pesan 2 minggu sebelum hari pesan. Cara lain kami mempromosikan melalui media social baik whatsapp maupun facebook, melalui bantuan dari siswa siswi untuk

mempromosikan di medianya masing-masing.<sup>89</sup>

Hal ini juga diperkuat bapak Aries Munandar S.Fil.I.MM selaku kepala sekolah mengatakan:

Promosi pada kewirausahaan digital ini kami menentukan jadwal praktek pembuatan produksi telur asin, saya sebagai kepala sekolah tugasnya untuk menindak lanjuti dalam persiapan untuk proses pembuatan, seperti apa saja yang di butuhkan dan lain sebagainya untuk mengetahui prosesnya. Karena disini program *digital entrepreneurship* bahwasannya sekolah biasanya mempromosikan lewat media sekolah, karna di zaman era revolusi 4.0 sudah menerapkan serba digital, kegiatan promosi lewat digital juga lebih mudah karena tinggal meng share produk-produk yang ingin di jualkan. Selain itu sekolah

---

<sup>89</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Nur Asiyatun S.Pd selaku Guru Jurusan akuntansi (Kewirausahaan) SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal pada tanggal 14 Januari 2023 pukul 09.00 s.d 10.00

bisa memberikan contoh kepada siswa agar dapat memanfaatkan media social.

Dari hasil wawancara tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa promosi dalam *entrepreneurship* di SMK Nurul Ulum sudah menggunakan digital, karena memberikan ilmu untuk siswa agar bisa memanfaatkan media social untuk promosi suatu produk-produk yang akan di pasarkan.

## 2. Periklanan (Adversiting)

Pada periklanan program *digital entrepreneurship* bisa menggunakan iklan pada aplikasi shopee untuk menaikkan penjualannya, adapun lewat aplikasi lainnya seperti whatsapp menurut Ibu Nur Asiyatun S.Pd sebagai guru jurusan akuntansi menjelaskan bahwasannya shopee dan whatsapp adalah aplikasi yang cocok untuk mempromosikan secara luas.

Kita menggunakan periklanan menggunakan shopee dan aplikasi whatsapp karena memanfaatkan fitur-fitur yang ada di aplikasi shopee karena iklan ini tidak berbayar, pada aplikasi whatsapp bisa memanfaatkan kontak yang ada untuk promosi produk-produk yang telah

di buat pada praktek di sekolah. Dengan hal ini bisa menaikkan jumlah pelanggan untuk lebih banyak menyukai produk kami yaitu telur asin.<sup>90</sup>

Dari hasil wawancara dengan Ibu Nur Asiyatun S.Pd peneliti dapat menyimpulkan bahwa pada periklanan pada program *digital entrepreneurship* ini konsisten dengan aplikasi digitalnya karena di zaman sekarang era revolusi industry 4.0 sudah menggunakan aplikasi digital, karenanya di SMK Nurul Ulum Lebaksiu mengenalkan entrepreneurship digital kepada para siswa, agar mendapatkan hasil lulusan SMK yang berguna dan bermanfaat.

### 3. Publisitas (Publicity)

Menurut Ibu Nur Asiyatun S.Pd melakukan publikasi dengan memposting setiap produk di platform digital, yaitu social media SMK Nurul Ulum dan shopee. Biasanya siswa siswi lah yang aktif memposting di media social mereka masing-masing, agar nantinya bisa banyak

---

<sup>90</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Nur Asiyatun S.Pd selaku Guru Jurusan akuntansi (Kewirausahaan) SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal pada tanggal 14 Januari 2023 pukul 08.30 s.d 09.00

pelanggan atau pesanan yang masuk. Salah satu contohnya pemesanan melalui aplikasi Whatsap yaitu :

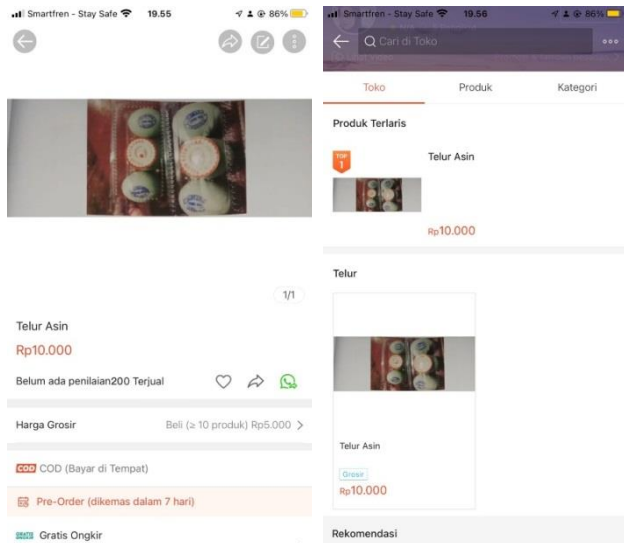
#### 4. Perpesanan lewat chat

*Digital entrepreneurship* pada SMK Nurul Ulum ini menggunakan whatap business untuk memudahkan pelayanan respon cepat untuk konsumen melakukan konsultasi atau pembelian. Biasanya fitur chat business berisikan salam terlebih dahulu, ini digunakan pada saat chat pertama kali masuk dari *customer*. Selanjutnya ada Balas cepat, biasanya fitur ini mampu memaksimalkan respon yang baik pada pelanggan dengan bantuan template pesan yang sering digunakan pada saat tanya jawab antara admin dengan *customer*. Dan yang terakhir ada label gunanya untuk memudahkan dalam membagi pesanan yang masuk dari pelanggan setiap harinya agar pada saat pengerjaan bias sesuai dengan deadline yang telah di sepakati bersama dan urutan order yang masuk.

#### 5. Shopee

Ada pendapat dari Ibu Atun selaku guru kewirausahaan mengatakan bahwasannya sudah banyak orang yang mengakses atau memesan

lewat aplikasi online yaitu shopee adapun gambar toko yang ada di aplikasi shopee sebagai berikut:



Gambar 1. 5 Toko di aplikasi shopee

Berdasarkan hasil obsevasi dan dokumentasi yang peneliti lakukan dilapangan bahwasannya kegiatan *digital entrepreneurship* ini memang dilakukan. Terdapat bukti scrensoot produk jualan telur asin pada aplikasi shopee. Hal ini membuktikan bahwasannya SMK Nurul Ulum Lebaksiu tersebut telah melaksanakan program *digital entrepreneurship*.

Adapun beberapa fitur yang bisa digunakan oleh produk digital entrepreneurship pada marketplace Shopee sebagai kegiatan dalam memasukan produknya :

- 1) Pengiriman
- 2) Pesanan
- 3) Produk
- 4) Promosi
- 5) Keuangan
- 6) Data
- 7) Layanan pembeli / asisten chat
- 8) Toko

Target platform shopee ini adalah untuk seluruh wilayah Indonesia dikarenakan shopee adalah *marketplace* belanja *online* favorit di Indonesia. Pengirimannya juga bisa menyeluruh di wilayah Indonesia. Karena aplikasi shopee ini bisa menjangkau wilayah di Indonesia. Dengan demikian Sekolah mengenalkan kepada siswa untuk belajar lebih jauh tentang digital marketing di zaman era revolusi industry 4.0.

### **3. Spirit dalam penerapan program *digital entrepreneurship***



Sebagai pemimpin kepala sekolah harus memiliki spirit dan tanggung jawab yang sangat tinggi. Untuk membangun semangat kepala sekolah tidak mungkin bekerja sendiri. Dalam sebuah organisasi pemimpin membutuhkan orang lain yaitu bawahannya untuk membantu mensukseskan tujuannya dalam organisasi tersebut.

Sebagaimana keterangan dari, Bapak Aries Munandar, S.Fil.I.MM selaku kepala sekolah SMK Nurul Ulum Lebaksiu beliau mengatakan bahwa :

“Dengan adanya program sekolah tentang digital entrepreneurship saya sebagai kepala sekolah harus semangat dan memberikan arahan, juga melihat perkembangan siswa dalam melaksanakan program digital entrepreneurship di sekolah ini. Untuk menerapkan program digital entrepreneurship ini saya selaku kepala sekolah harus memberi wawasan mengenai pada zaman era revolusi 4.0 serba menggunakan aplikasi digital. karenanya saya harus mencontohkan dan harus mensupport apa yang dilakukan oleh guru dan siswa.”<sup>91</sup>

---

<sup>91</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Aries Munandar, S.Fil.I.MM selaku Kepala Sekolah SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal pada tanggal 12 Januari 2023 pukul 10.00 s.d 11.30

Pernyataan kepala sekolah diatas di perkuat oleh hasil observasi peneliti yang dapat di simpulkan dilapangan bahwa Bapak Aries Munandar, S.Fil.I.MM dalam membangun spirit penerapan program *digital entrepreneurship* pada sekolah ini yaitu selalu memperhatikan peserta didiknya dan selalu memberikan arahan dan wawasan mengenai era revolusi 4.0 serba mnggunakan aplikasi digital, juga memberi contoh bagaimana menjadi wirausaha muda. Hubungan komunikasi yang baik pada siswa dan guru terkait program digital entrepreneurship di era revolusi 4.0.<sup>92</sup>

Pendapat tersebut didukung oleh pernyataan dari Ibu Nur Asiyatun S.Pd selaku guru kewirausahaan mengatakan bahwa:

Menurut saya untuk membangun semangat dilihat yang pertama adalah semangat dari siswanya terlebih dahulu, karena saya sebagai guru kewirausahaan harus bisa membangun semangat lebih untuk siswa, karena di era revolusi 4.0 ini zaman dimana serba *digital*. Selain itu kita harus mengupdate informasi-informasi terbaru ke sosial media, internet, ig, link SMK, karena dengan itu kami bisa menyebarluaskan hasil karya siswa.

---

<sup>92</sup> Observasi Spirit Kepala Sekolah dalam Penerapan Digital Entrepreneurship Era Revolusi 4.0, tanggal 12 Januari 2023

Pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana spirit/semangat bapak kepala sekolah untuk menghadapi persaingan di era revolusi 4.0? Pertanyaan ini diajukan kepada bapak kepala sekolah yaitu Bapak Aries Munandar, S.Fil.I.MM, adapun jawaban yang dilanturkan oleh bapak Aries Munandar adalah:

Spirit yang saya hadapi dalam persaingan era revolusi 4.0 adalah banyak-banyaknya mencari referensi/ literasi , patner untuk bisa mengembangi program digital entrepreneurship di SMK Nurul Ulum Lebaksiu.<sup>93</sup>

Dari hasil wawancara tersebut di kuatkan lagi dngan hasil wawancara terhadap siswa kelas XII mengenai semangat dalam menjalankan proses program *digital entrepreneurship* yang ada di sekolah SMK Nurul Ulum lebaiksi, mengatakan bahwa:

Menurut saya semangat yang harus di jalani dalam proses *digital entrepreneurship* adalah pada saat persiapan praktek karena persiapan membutuhkan waktu yang lama. Selain itu saya semangat karena saya bangga terhadap diri sendiri karena bisa menyelesaikan tugas pada program digital tersebut,

---

<sup>93</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Aries Munandar, S.Fil.I.MM selaku Kepala Sekolah SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal pada tanggal 12 Januari 2023 pukul 10.00 s.d 11.30

dan nantinya bisa diterapkan pada saat saya sudah lulus sekolah.<sup>94</sup>

Dari hasil observasi dan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwasannya spirit dalam penerapan program digital entrepreneurship di SMK Nurul Ulum Lebaksiu ini dengan adanya dorongan semangat dari kepala sekolah dan guru, siswa semangat untuk menerapkan atau melanjutkan program digital ini pada saat sudah lulus sekolah, dan guru mampu memberikan ide baru terhadap program digital entrepreneurship ini, agar nantinya bisa berkembang untuk produk-produk yang di pasarkan.

#### **4. Implikasi Program Digital Entrepreneurship di SMK Nurul Ulum Lebaksiu**

Implikasi atau dampak dari penerapan program digital entrepreneurship di SMK Nurul Ulum terbilang merupakan kekuatan penting dalam meningkatkan mutu sekolah, karena program *digital entrepreneurship* atau kewirausahaan digital merupakan pendorong penting dalam system inovasi di SMK Nurul Ulum. Tidak hanya berdampak pada mutu sekolah saja, akan tetapi semenjak adanya program ini sekolah menjadi terkenal, sekolah menghasilkan lulusan yang bisa

---

<sup>94</sup> Hasil Wawancara dengan siswa kelas XII SMK Nurul Ulum kelas XII bidang kewirausahaan pada tanggal 12 Januari 2023 pukul 11.30 s.d 12.00

melanjutkan pendidikan kewirausahaannya dan banyak yang sudah mempunyai bisnis online atau jualan online.

Sebagaimana keterangan dari Bapak Aries Munandar, S.Fil.I.MM selaku kepala sekolah SMK Nurul Ulum mengataka bahwa:

Dengan adanya program *digital entrepreneurship* Kepala sekolah membuat serangkain kebijakan-kebijakan untuk meningkatkan guru dan siswa terutama dalam program *digital entrepreneurship*. Kepala sekolah juga memberikan pengalaman kepada siswa dan guru mengenai program ini, lalu mampu menghasilkan nilai ekonomis. Untuk mengoptimalkannya dengan cara memberikan solusi terhadap siswa terkait mengenai program *digital entrepreneurship*. Dampak dari program tersebut sekolah mampu menghasilkan lulusan yang baik dalam bidang entrepreneurship, tidak hanya di bidang ini saja, tetapi banyak juga yang memberikan hasil positif untuk sekolah.<sup>95</sup>

---

<sup>95</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Aries Munandar, S.Fil.I.MM selaku Kepala Sekolah SMK Nurul Ulum Lebaksiu Tegal pada tanggal 12 Januari 2023 pukul 11.00 s.d 11.30

Pernyataan kepala sekolah di atas di perkuat oleh hasil observasi peneliti yang dapat disimpulkan bahwasannya dalam program *digital entrepreneurship* ini siswa mampu melanjutkan bisnis dalam bentuk online, dilihat dari lulusan kemarin banyak siswa siswi lulusan SMK Nurul Ulum mampu menghasilkan pendapatan sendiri dari usaha kecil-kecilan lewat digital. Oleh karena itu implikasi yang di terapkan SMK sangatlah membawakan hasil dan dampak yang baik bagi siswa untuk melanjutkan ke jenjang selanjutnya, juga tidak jauh dari misi SMK yaitu mampu memberikan lulusan yang bermanfaat.

Adapun siswa lulusan sekolah SMK Nurul Ulum Lebaksiu yang melanjutkan bisnis online nya diantaranya yaitu:

*Tabel 1. 11. Daftar nama-nama siswa meneruskan digital marketing*

Nama	Bisnis online
Anjeni Muzdalifah	Reseller olshop
Nia mar'atus sholikha	Reseller olshop, bisnis kue tar lebaran.
Puspita citra lestari	Reseller olshop, bisnis krudung.
Khilda firunika	Bisnis skincare online

Dari data diatas menjelaskan bahwa ada perkembangan siswa yang melanjutkan bisnis onlinenya

selama setelah lulus sekolah. Hal ini bisa di simpulkan siswa dapat membawa nama baik sekolah dan bisa meneruskan ke jenjang selanjutnya.

## B. Analisis Data

Dari hasil penelitian, dapat dianalisis bahwasannya strategi program *digital entrepreneurship* membawakan dampak baik buat sekolah khususnya dan mendapatkan fasilitas yang memadai juga mendapat dukungan dari kepala sekolah. Hal ini bisa dilihat dari mulainya dan berjalannya program *digital entrepreneurship* selama 1 tahun ini, dengan dorongan dan dukungan dari bapak kepala sekolah dan dewan guru sehingga bisa memunculkan berbagai program-program yang dapat di salurkan untuk siswa, salah satu contohnya adalah :

*Tabel 1. 12 Program Layanan dan Produk SMK Nurul Ulum*

Layanan	Produk
Biro Perjalanan	Telur Asin
Jasa service spidometer	Tata rias (wardah)
jasa plager traveling(toorleader)	
Jasa Desain Kalender	

Sesuai dengan teori strategi *digital entrepreneurship*. Berikut ini adalah analisis dari hasil penelitian mengenai strategi

digital entrepreneurship era revolusi industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu.

Data yang diperoleh dan disajikan oleh peneliti dalam pembahasan sebelumnya akan dianalisis menurut penelitian yang sesuai dengan fokus penelitian. Analisis data yang di jelaskan dalam bab ini diperoleh melalui teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Data tersebut dapat diperoleh melalui penelitian yang dilakukan pada sekolah SMK Nurul Ulum Lebaksiu, maka ada tiga sub bab analisis yaitu:

### **1. Srtategi Program *Digital Entrepreneurship* Era Revolusi Industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu**

Prospek Program *digital entrepreneurship* merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh sekolah untuk memberikan bekal kepada siswa agar dapat memahami konsep kewirausahaan, memiliki karakter kewirausahaan, mampu memanfaatkan peluang dan mendapatkan pengalaman langsung dalam berwirausaha, serta terbentuknya lingkungan sekolah yang berwawasan *entrepreneurship* muda.

Berdasarkan hasil observasi prospek program *digital entrepreneurship* yang telah dilakukan SMK Nurul Ulum Semarang menggunakan model strategi pemasaran, dimana siswa dapat mengembangkan entrepreneur digital, dengan cara melihat segmentasi pasar terlebih dahulu, dengan melihat



segmentasi pasar pada produk telur asin mencakup seluruh lapisan masyarakat, guru baik individu maupun instansi. Untuk penjualannya bisa melalui online dengan presentase 50% dan offline dengan presentase 50%. Dalam proses segmentasi pasar guru dan siswa mampu memahami pengelolaan pada digital entrepreneurship.

Pada hasilnya adalah internet sangat membawa pengaruh baik bagi prospek program digital tersebut, karena banyak siswa yang mampu memasarkan hasilnya lewat digital, dan memiliki jumlah pembeli yang banyak.

*Tabel 1. 13 Rekap penjualan Telur Asin*

<b>Produk</b>	<b>Jumlah Stok Telur</b>
Telur asin	Online 200 Pak telur
	Offline 300 pak telur

Dari hasil tabel di atas menunjukkan bahwasannya masyarakat di luar sana sudah mengenal dengan produk yang ada di sekolah, baik secara online ataupun offline. Adapun peningkatan pada jumlah siswa yang antusias terhadap program *digital entrepreneurship*, berikut jumlah siswa Akuntansi dan keuangan lembaga dari tahun 2021 - 2022:

*Tabel 1. 14 Jumlah Siswa Akuntansi dan Keuangan Lembaga Tahun 2021 dan 2022*

Kompetensi keahlian	X	XI	XII	Jumlah
Akuntansi dan keuangan Lembaga (2021)	30	50	39	119
Akuntansi dan keuangan Lembaga (2022)	30	50	41	121

Dari hasil tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah siswa dari tahun 2021 semakin berkembang karena banyak antusias siswa dengan adanya program digital entrepreneurship.

## **2. Spirit Progam *Digital Entrepreneurship* Era Revolusi Industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa spirit kepala sekolah dalam melakukan perkembangan program-program entrepreneurship meliputi: membikin mini usaha per jurusan TKR, mini usaha bengkel ganti oli.

Spirit yang dilakukan oleh kepala sekolah adalah seringnya memberikan event di luar sekolah agar siswa dapat mengeksistensikan hasil karyanya. Dalam hal ini Siswa semangat dalam belajar online dan semangat dalam mengentrepreneurshipkan hasil karyanya.

Penulis mengangkat pada program *digital entrepreneurship* pada produk telur asin saja karena pada produk telur asin ini sudah meningkat dan go digital, sudah memiliki nama di kalangan masyarakat umum, juga bisa di akses di berbagai media social.

Anwar Arifin mendiskripsikan strategi program digital adalah keseluruhan kepuasan tentang tindakan yang dijaankan untuk mencapai tujuan dan gambaran yang dipilih untuk mewujudkan tujuan sekolah<sup>96</sup>.

Pernyataan tersebut sesuai dengan strategi program digital entrepreneurship yang dilakukan oleh kepala sekolah dan guru. Strategi program entrepreneurship ini sangat berpengaruh dengan keunggulan sekolah, karena pada strategi digital entrepreneurship ini di pengaruhi oleh teknologi digital, dimana pada era revolusi industri 4.0 sangatlah penting dalam pembelajaran digital. Dengan pola pikir kewirausahaan yang menghasilkan ide baru dan dikenal di sekolah lain dan masyarakat khususnya.

Spirit yang dilakukan oleh kepala sekolah dan guru selalu mengupdate informasi-informai terbaru ke soaial media khususnya link sekolah, dalam hal ini program digital *entrepreneuship* sangat bagus, karena setiap adanya proses

---

<sup>96</sup> Anwar Arifin, *Stategi Komunikasi*, (Bandung: Armilo, 1984), hlm. 59

pengembangan digital entrepreneurship guru mampu memberikan wawasan dan bekal yang bagus untuk siswanya, untuk melihat hasil dari kepala sekolah dan guru dalam memberikan program digital entrepreneurship pada SMK Nurul Ulum bisa dilihat dari lulusan siswa yang mampu melanjutkan program digital entrepreneurship.

Berdasarkan uraian diatas strategi atau spirit pada program *digital entrepreneurship* di SMK Nurul Ulum Lebaksiu sudah memiliki antusias yang meningkat, dengan adanya perubahan dan kenaikan pada aspek program entrepreneurship digital produk telur asin di SMK Nurul Ulum Lebaksiu.

### **3. Implikasi Program *Digital Entrepreneurship* Era Revolusi Industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implikasi program *digital entrepreneurship* yang diterapkan pada SMK Nurul Ulum Lebaksiu sudah meningkat. Dilihat pada sekolah menghasilkan lulusan yang mampu menciptakan *entrepreneurship* muda dan menanamkan karakter mandiri dalam diri siswa.

Sebagaimana penelitian yang telah dilakukan pada SMK Nurul Ulum Lebaksiu, implikasi dalam program *digital entrepreneurship* kepala sekolah sudah melakukan kegiatan *entrepreneurship* dibuktikan dengan kegiatan praktik siswa

yang sudah menghasilkan income untuk dirinya sendiri dan beberapa alumni SMK Nurul Ulum yang telah memiliki usaha online.

Berdasarkan uraian diatas implikasi pada program digital entrepreneurship di SMK Nurul Ulum Lebaksiu sudah berjalan dengan baik, dengan adanya perubahan dan kenaikan pada aspek program entrepreneurship digital produk telur asin di SMK Nurul Ulum Lebaksiu. Juga memiliki lulusan yang mampu mendirikan digital entrepreneurship.

*Tabel 1. 15 Dampak dari program digital entrepreneurship*

NO	Dampak Program <i>Digital Entrepreneurship</i>	Deskripsi
1	Sekolah Menjadi Terkenal	Banyaknya antusias masyarakat untuk mnrnyrkolahkan anaknya ke SMK Nurul Ulum.
2	Siswa banyak jualan online	Banyaknya siswa yang memilki semangat tinggi unyuk jualan online.
3	Menghasilkan banyak lulusan lanjut <i>entrepreneurship</i>	- Siswa angkatan 2019 khilda firunika memilki produk jualan online.

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arina sakina yang sudah memiliki took online.</li> <li>- membuka jasa desain kalender.</li> </ul>
4	Sekolah menjadi sorotan	Banyak sekolah yang mempunyai pandangan baik terhadap produk digital entrepreneurship.

Dari hasil tabel diatas dapat di simpulkan bahwasannya implikasi yang di terapkan pada sekolah untuk siswa yaitu sangat berkembang. Karena sekolah sudah menerapkan *entrepreneurship* yang bisa membawa hasil kepada siswa, hal ini dapat dilihat semakin banyak siswa yang membuka bisnis online.

### C. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini terdapat kekurangan, dikatakan sangat jauh dari kata sempurna, tapi setidaknya hasil peneliti ini dapat diambil manfaatnya dan bisa dijadikan refrensi untuk dikembangkan bagi kearah yang lebih baik, karena peneliti mnyadari yang penulis lakukan mempunyai banyak kekurangan dan keterbatasan, dari kendala maupun

hambatan. Hal tersebut bukan karena kesengajaan, akan tetapi adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian, yaitu :

1. Peneliti hanya meneliti mencangkup pada produk telur asin saja.
2. Peneliti hanya memanfaatkan waktu pada pagi hari untuk melakukan wawancara, untuk itu pada waktu pagi hari guru sedang ada jadwal proses belajar mengajar di kelas.
3. Peneliti yang dilakukan terbatas pada satu tempat yaitu di SMK Nurul Ulum Lebaksiu, tentunya ada perbedaan dengan sekolah-sekolah yang lainnya, akan tetapi hasilnya tidak jauh berbeda dengan hasil penelitian yang peneliti lakukan.
4. Kurangnya waktu wawancara kepada kepala sekolah dikarenakan pada tanggal penelitian bapak kepala sekolah sedang sibuk/ ada urusan di luar kota. Adapun gantinya peneliti mewawancarai dengan Humas sekolah yang sudah di tunjuk langsung untuk menggantikan pada saat wawancara berlangsung.
5. Penelitian ini hanya dilaksanakan selama pembuatan skripsi. Waktu yang singkat ini termasuk sebagai salah satu factor yang dapat mempersempit ruang gerak penelitian.
6. Keterbatasan kondisi dan kemampuan peneliti untuk mengkaji masalah yang diangkat.

Dari beberapa keterbatasan dan hambatan yang penulis paparkan diatas maka dapat dikatakan bahwa inilah kekurangan dari penelitian yang penulis lakukan. Meskipun

banyak hambatan dan masalah yang dihadapi dalam melakukan penelitian ini, penulis bersyukur bahwa penelitian ini dapat terselesaikan.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan hasil penelitian mengenai “Strategi Program *Digital Entrepreneurship* Era Revolusi Industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu” dapat ditarik kesimpulan diantaranya :

1. Strategi Program *digital entrepreneurship* mengenai observasi peneliti hasil yaitu dengan mengikuti event-event yang dilaksanakan oleh pihak sekolah lain dan mengikuti bazar di alun-alun.
2. Spirit program digital marketing pada SMK Nurul Ulum Lebaksiu menciptakan program baru mengenai pembelajaran *entrepreneurship* pada era revolusi industri 4.0 yaitu dengan serba menggunakan *digital/* internet. SMK Nurul Ulum Lebaksiu memiliki Kegiatan operasional pada usaha pengembangan *digital entrepreneurship*, salah satunya adalah usaha telur asin. Program strategi pemasaran pada *digital* ini membawa semangat yang banyak bagi Kepala sekolah, guru, dan siswa. Salah satu bentuk semangat siswa yaitu siswa mampu upload ke marketplace, dan semangat dalam belajar online.
3. Implikasi dari program kewirausahaan *digital* di SMK Nurul Ulum ini merupakan program kekuatan penting dalam

meningkatkan mutu sekolah, karena semenjak adanya program ini membawa nama baik sekolah SMK Nurul Ulum Lebaksiu selain itu di dukung dengan layanan jasa terhadap masyarakat..

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil temuan dan kesimpulan dari penelitian ini, maka peneliti memberikan saran-saran, diantaranya :

### 1. Bagi kepala sekolah SMK Nurul Ulum Lebaksiu

Agar kepala sekolah SMK Nurul Ulum selalu semangat dalam memotivasi para guru dan siswa untuk selalu semangat dalam meningkatkan hasil program-program yang lain, mencari ide-ide yang bagus dan melakukan pemasaran yang lebih luas untuk meningkatkan keberhasilan program *digital entrepreneurship* sehingga bisa lebih baik lagi untuk kedepannya.

### 2. Bagi guru SMK Nurul Ulum Lebaksiu

Agar senantiasa memberikan kemampuan terbaiknya dalam menjalankan arahan kepada siswa tentang program *digital entrepreneurship* dan mampu mengembangkan ide-ide mengenai kewirausahaan dan mampu menjadikan guru yang baik dalam sebuah instansi.

### 3. Bagi peneliti

Diharapkan dapat mengembangkan serta melanjutkan penelitian ini dengan tujuan pembahasannya menjadi lebih luas mengenai program *digital entrepreneurship* di era rovolusi industry 4.0

#### 4. Bagi siswa

Diharapkan siswa mampu mempertahankan semangat belajar di sekolah, baik pada program *digital* maupun pembelajaran yang lainnya.

### **C. Kata Penutup**

Puji syukur alhamdulillah, penulis dapat menyelesaikan tugas ahir ini. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Hal tersebut semata-mata bukan karena kesengajaan dari penulis, akan tetapi keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis memohon kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan hasil tugas akhir.

Penulis sangat berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, mendoakan, dan bimbingan di setiap penyusunan tugas akhir. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Aamiin.

## DAFTAR PUSTAKA

- Veithzal Rivai, *Islamic Markeing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*, Jakarta: Gramedia, 2012, hlm.9
- Adrian Payne, *Services Marketing Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta: 1993, hlm. 28
- Agustina, Tri Siwi, *Kewirausahaan di era revolusi industri 4.0*, 2019, hlm. 9
- Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makasar : CV Nas Media Pustaka, 2020), hlm. 1-2
- Akmal, *Lebih Dekat Dengan Industri 4.0*)
- Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV Jejak, 2018), hal. 7.
- Albi Anggito, Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (CV Jejak : Sukabumi, 2018), hlm.7-8
- Amir Darwis, *Metode Penelitian Pendidikan Islam: Pengembangan Ilmu Paradigma Islam ....* hlm. 57-58
- Anwar Arifin, *Stategi Komunikasi*, (Bandung: Armilo, 1984), hlm.59
- Ardianti, Asri N. & Widiartanto. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplase Shopee. Electronic Jurnal Undip.

- Aris Herdiansyah, *wawancara, obsevasi, dan focus grup : sebagai instrumen penggalian data kualitatif*, (Depok:PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 63-67
- Aris Herdiansyah, *wawancara, obsevasi, dan focus grup : sebagai instrumen penggalian data kualitatif*, (Depok:PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 63-67
- Assauri, *Manajemen.....*, hlm. 179-182
- Bilson Simamaro, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm. 31
- Buna'I, *Penelitian Kualitatif (Pamekasan: STAIN Pamekasan Press, 2008)*, h. 98
- Chaffey, D. (2011). *E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation, and Practice (5 th)*. Pearson Education.
- Cheung, Christy M.K; Matthew K.O. Lee and Neil Rabjohn. (2008). The impact of electronic word-of-mouth, The adoption of online opinions in online customer communities. Article in *Internet Research*. Vol. 18 No. 3, pp. 229-247.
- Dafa, Faturachman. (2022). Analisis Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Minat Berbelanja Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Berdsarkan Perspektif Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Dr.Hartini, *Pengantar Kewirausahaan: Tranformasi Digital Entrepreneurship*, (Bandung: CV.Media Sains Indonesia, 2020), hlm.169

*Entrepreneurship & Peluang Usaha*, media, 2015 hal 22

Fandi Tjiptono, *Pemasaran jasa*, Yogyakarta: Prentice Hall international, 1993, hlm.28

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2008, hlm.3

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta : penerbit Andi , 2015, hlm.23

Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif&Kuantitatif*, (Yogyakarta, Pustaka Ilmu, 2020), hlm. 138. .

Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif&Kuantitatif*, (Yogyakarta, Pustaka Ilmu, 2020), hlm. 140.

Haryoko Sapto, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Makkasar: Badan Penerbit UNM, 2020), hlm. 3-4

Hermawan Kertajaya dan Muhamad Syakir sula, *Syariah marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006, hlm. 168

<https://quran.kemenag.go.id/index.php/sura/38>, diakses tanggal 1 Januari 2023 pukul. 20.00 WIB

[https://tafsirweb.com/3971-surat-arad-ayat- 11](https://tafsirweb.com/3971-surat-arad-ayat-11). Html, diakses pada tanggal 17 Januari 2023

<https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2019/03/mendikbud-dorong-siswa-smk-jadi-wirausaha-di-era-industri->

I Made Wirartha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 200), hlm. 155

Ibid...., hlm. 171

Immamul arifin, Giana Hadi, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, (Jakarta: Departemen Nasional, 2009), hlm. 73

Immamul arifin, Giana Hadi, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, (Jakarta: Departemen Nasional, 2009), hlm. 73

Indonesia Dalam Pusaran Revolusi Industri 4.0” (On-line), tersedia di:  
<https://pqm.co.id/indonesia-dalam-pusaran-revolusi-industri-4-0/>(  
7 November 2019)

Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hlm. 145

Justin G. Longenecker dkk, *Kewirausahaan Pengelolaan Usaha Kecil*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm.4

Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Prenada Media, 2004), hlm. 141

*Kementerian Pendidikan Nasional, Badan Penelitian Dan Pengembangan Pusat Kurikulum. Pengembangan Pendidikan Budaya Dan Karakter Bangsa*. Jakarta: Kemendiknas. 2010. Hlm.1

Kompri, *Standarisasi Kompetensi Kepala Sekolah*, Hlm.36

Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), 2- 3.

- Mc. Daniel, *Pemasaran Edisi I* (Surabaya: Perdana Printing Arts, 1997),  
hlm. 56
- Minnal El Widdah, Syamsul Huda, *Manajemen Strategi Peningkatan Mutu  
Madrasah*, (Jambi : Salim Media Indonesia, 2018), hlm. 46-48
- Muhammad Ahsan, *Kewirausahaan*, (Surabaya: Uin Sunan Ampel Press,  
2014), hlm. 173
- Muhammad Ahsan, *Kewirausahaan*, (Surabaya: Uin Sunan Ampel Press,  
2014), hlm.85
- Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah*, (Bandung ; Remaja Rosda Karya,  
2002), hlm. 8
- Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah*, (Bandung ; Remaja Rosda Karya,  
2002), Hlm. 9
- Musnaini, et. All. 2021, *Manajemen Pemasaran, Sumatra Barat: Insan  
Cendekia Mandiri*
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, (Surabaya: Perdana Printing  
Arts, 1997), hlm. 109-121
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, (Surabaya: Perdana Printing  
Arts, 1997), hlm.82
- Philip Kotler dan G. Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta:  
Erlangga, 1997, hlm.2
- PO Abbas Surabaya, *Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2011),  
hlm. 33



- Rachmat, *Manajemen Strategik*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2014, hlm.2
- Rohmat, *Pilar Peningkatan Mutu Pendidikan*, (Yogyakarta : Cipta Media Aksara, 2012), hlm. 105
- Rohmat, *Pilar Peningkatan Mutu Pendidikan*, (Yogyakarta : Cipta Media Aksara, 2012), h. 105
- Ronal Nangoe, 1996. *Menetapkan fungsi pemasaran dalam menghadapi persaingan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), hlm. 100
- Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktek* (Bandung, CV Mustaka Setia 2013) hlm. 58
- Sanusi, Ahmad. 1994. Menelaah Potensi Perguruan Tinggi untuk Membina Program Kewirausahaan dan Mengantar Pewirausaha Muda, Makalah Seminar. Kopma IKIP
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: hlm. 154-155
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo, 2007, hlm. 168-169
- Sondang P. Siagian, *Manajemen Stratejik*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008, hlm.17
- Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 85
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2022), hlm.132

- Suhasaputra, *Membangun Bangsa Berwawasan kewirausahaan*, (Yogyakarta: Gerbang Media, 2016), hlm.79
- Sukanto reksohadiprojjo, *Manajemen Strategi*, Edisi 4, Yogyakarta: BPFE, 2003, hlm.1
- Sumber : Kompas.com, di akses pada tanggal 17 Januari 2023
- Sunny T.h. Goh, Khoo, Kheng-Hor, *Marketing...*, hlm.116
- Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 1998), hlm.19.
- Tim Depag, *Standar Kompetensi Guru Pendidikan Agama Islam*, (Jakarta : Depag RI, 2004), hlm.94
- Tri Siwi Agustina, *Kwirausahaan*, (Jakarta: Mitra wacana Media, 2015), hlm.9
- usmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008, hlm.1
- Wandi Adiansah, Eko Setiawan, Wina Nurdin Kodaruddin, Hery Wibowo, Remaja pada Era *Revolui Industri 4.0*, Jurnal Pekerjaan Sosial, Vol.2 N0.1, Juli 2019, hlm. 46-47zzz
- Wasi Darmolono, *Winning mindsdet Potret Otak Entrepreneur Sejati, Berfikir Cemerlang disaat Terbelit Hutang Merintis Bisnis disaat Kritis*, (Jogjakarta: Nuha Offest, 2009), hlm. 51
- Wawan Setiawan, *Era Digital dan Tantangannya*, Universitas Pendidikan Indonesia, ISBN.978-602-50088-0-1.

Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan* : Pendekatan Karakteristik wiraudaha sukses, (Jakarta: Kencana prenada Media Grup, 2010), hlm. 10

Zeithaml, Bitner, dan Gremler. (2009). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*.

Zeithaml, Valarie A. and Bitner, Mary Jo. (2002). *Service Marketing*. McGraw Hill Inc, Int'l Edition, New York.

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **Lampiran 1**

**PEDOMAN WAWANCARA TENTANG PROGRAM DIGITAL  
ENTREPRENEURSHIP ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI SMK  
NURUL ULUM SEMARANG**

---

Responden : Kepala Sekolah SMK Nurul Ulum Lebaksiu

**DAFTAR PERTANYAAN**

1. Bagaimana pertama kali program digital entrepreneurship muncul?
2. Apakah program ini lahir setelah bapak menjadi kepala sekolah atau sudah ada sebelumnya?
3. Apakah keberadaan digital entrepreneurship ini memberikan dampak positif terhadap sekolah?
4. Bagaimana pengaruh digital entrepreneurship terhadap lembaga sekolah?
5. Bagaimana bapak mempertahankan program digital entrepreneurship ini agar tetap berjalan?
6. Apa saja prospek produk yang bapak ketahui selama bapak menjabat di sekolah ini?
7. Bagaimana bapak membangun spirit dalam menerapkan program digital entrepreneurship ?
8. Bagaimana cara sekolah untuk mempromosikan produk dalam digital entrepreneurship?
9. Bagaimana sekolah mempromosikan hasil produk?
10. Apa saja produk unggulan yang dihasilkan oleh siswa?

11. Bagaimana implikasi yang bapak lakukan dalam menerapkan program entrepreneurship di sekolah ini?
12. Apa saja kegiatan entrepreneurship di sekolah ini?
13. Bagaimana cara bapak menilai pengembangan program tersebut?
14. Apa saja dampak yang di dapat sekolah setelah adanya program digital entrepreneurship?
15. Berapa banyak lulusan yang sudah melanjutkan program digital entrepreneurship?

## **Lampiran 2**

### **PEDOMAN WAWANCARA TENTANG PROGRAM DIGITAL ENTREPRENEURSHIP ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI SMK NURUL ULUM SEMARANG**

---

Responden : Guru Kewirausahaan

#### **DAFTAR PERTANYAAN**

1. Kapan pertama kali program/ide digital entrepreneurship ini muncul?
2. Apakah progra ini muncul pada saat kepemimpinan kepala sekolah sekarang atau sudah ada sebelumnya?
3. Apakah keberadaan program digital entrepreneurship memberikan dampak positif terhadap sekolah?
4. Bagaimana pengaruh digital entrepreneurship terhadap lembaga sekolah?
5. Bagaimana upaya kepemimpinan kepala sekolah dalam mempertahankan program digital entrepreneurship ini agar tetap berjalan?
6. Bagaimana semangat guru untuk menerapkan program digital ini?
7. Bagaimana solusi guru untuk menghadapi persaingan di era digital 4.0?
8. Apakah ada implikasi kepala sekolah tentang program digital entrepreneurship?

9. Bagaimana program entrepreneurship ini di sosialisasikan dan di perkenalkan kepada siswa?
10. Apa saja kegiatan entrepreneurship yang sudah diterapkan di sekolah ini?
11. Bagaimana cara guru menilai hasil program entrepreneurship?
12. Bagaimana upaya kepala sekolah untuk mengembangkan entrepreneurship?
13. Apa manfaat program ini bagi siswa?
14. Apakah sudah ada lulusan smk yang meneuskan entrepreneurship?
15. Apa saja prestasi yang sudah membawa nama baik sekolah khususnya di entrepreneurship?

### **Lampiran 3**

**PEDOMAN WAWANCARA TENTANG PROGRAM DIGITAL  
ENTREPRENEURSHIP ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI SMK  
NURUL ULUM SEMARANG**

---

Responden : Siswa kelas XII SMK

**DAFTAR PERTANYAAN**

1. Apakah anda tahu kapan program digital entrepreneurship mulai ada di sekolah ini?
2. Apakah keberadaan program digital entrepreneurship ini memberikan manfaat bagi anda?
3. Bagaimana pengaruh digital entrepreneurship terhadap lembaga sekolah?
4. Bagaimana usaha pihak sekolah mempertahankan program digital entrepreneurship ini agar tetap berjalan?
5. Apakah anda semangat dalam adanya program digital entrepreneurship ini?
6. Apa yang menjadikan anda tertarik dalam program digital ini?
7. Bagaimana anda menindak lanjuti mengenai persaingan di era digital 4.0?
8. Apa saja yang sudah dibuat selama praktek?

**Lampiran 4**



**TRANSKIP HASIL WAWANCARA TENTANG PROGRAM  
DIGITAL ENTREPRENEURSHIP ERA REVOLUSI INDUSTRI  
4.0 DI SMK NURUL ULUM LEBAKSIU**

---

Responden : Kepala Sekolah SMK Nurul Ulum Lebaksiu

Nama : Aries Munandar , S.Fil.I.MM

Hari/Tanggal : Kamis / 12 Januari 2023

Waktu : 08.30

**DAFTAR PERTANYAAN**

**Peneliti** : Bagaimana pertama kali program digital *entrepreneurship* muncul?

**Kepala Sekolah** : Pertama kali muncul ketika adanya pandemi. Berfikir pembelajaran tidak ada yang langsung atau secara offline, tentu adasalah satu guru mempunyai ide bagus untuk embelajaran online, dengan memunculkan aplikasi Puskomdik, metode elearning, lewat web sekolah, fb, shopee, semua karena kita pembelajaran online selalu menggunakan aplikasi yang serba digital. Munculah ide untuk mengembangkan *entrepreneurship* di Sekolah.

**Peneliti** : Apakah program ini lahir setelah bapak menjadi kepala sekolah atau sudah ada sebelumnya?

- Kepala Sekolah : iya, untuk pertama kali muncul pada saat saya sudah menjabat jadi kepala sekolah disini. Karena muncul pada saat pandemi 2020
- Peneliti : Apakah keberadaan digital entrepreneurship ini memberikan dampak positif terhadap sekolah?
- Kepala Sekolah :sangat bagus, bermanfaat untuk kegiatan pembelajaran di sekolah/sangat menunjang.
- Peneliti : Bagaimana pengaruh digital entrepreneurship terhadap lembaga sekolah?
- Kepala Sekolah :Adanya program digital ini membawakan pengaruh yang baik bagi sekolah, tidak hanya sekolah akan tetapi bagi saya, guru juga siswanya. Salah satunya adalah siswa bisa mengkreasi hasil karya nya dan bisa menjualnya di social media, masyarakat juga akan tau hal tentang program digital entrepreneurship produk telur asin karya siswa smk sendiri.
- Peneliti : Bagaimana bapak membangun spirit dalam menerapkan program digital entrepreneurship ?
- Kepala Sekolah :untuk semangat saya dengan memberikan support kepada guru dan siswa, juga saya memberikan fasilitas dan sarana yang baik buat program digital ini, karena program ini baru

muncul jadinya saya juga masih belajar penuh kepada guru dan siswa.

Peneliti : Bagaimana cara sekolah untuk mempromosikan produk dalam digital entrepreneurship?

Kepala Sekolah : dengan cara lewat iklan di media sosail, juga sering mensosialisasika produk ini pada event event sekolah yang di adakan diluaran sana.

Peneliti : Apa saja produk unggulan yang dihasilkan oleh siswa?

Kepala Sekolah : produk unggulan pada sekolah smk sendiri banyak, salah satunya ada pembuatan spidometer, pemasaran produk tatarias sekoah bekerja sama dengan produk wardah, telur asin. Yang nantinya di pasarkan lwtat media social. Seperti fb.

Peneliti : Bagaimana implikasi yang bapak lakukan dalam menerapkan program entrepreneurship di sekolah ini?

Kepala Sekolah : implikasi kepada sekolah mendukung penuh yang diterapkan oleh guru

Peneliti : Bagaimana cara bapak menilai pengembangan program tersebut?

Kepala Sekolah	:dengan cara melihat hasil karya siswa yang sudah berkembang sangat bagus. Dengan total pembelian dan hasil.
Peneliti	: Apa saja dampak yang di dapat sekolah setelah adanya program digital entrepreneurship?
Kepala Sekolah	:banyak dampak setelah pengaaan program digital entrepreneurship. 1) bagi sekolah mendapatkan banyak masukan siswa baru. 2) siswa dapat
Peneliti	:Berapa banyak lulusan yang sudah melanjutkan program digital entrepreneurship?
Kepala Sekolah	:untuk banyaknya banyak, setiap alumni yang melanjutkan entrepreneurshipnya selalu main ke sekolah mempromoskan kepada guru-guru, ada yang sudah menjadi reseller, buka jasa percetakan, olshop pribadi / toko online.

## **Lampiran 5**

### **TRANSKIP HASIL WAWANCARA TENTANG PROGRAM DIGITAL ENTREPRENEURSHIP ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI SMK NURUL ULUM LEBAKSIU**

---

Responden : Guru Kewirausahaan  
Nama : Nur Asiyatun S.Pd  
Hari/Tanggal : Sabtu / 14 Januari 2023  
Waktu : 10.30

### **DAFTAR PERTANYAAN**

Peneliti :Kapan pertama kali program/ide digital entrepreneurship ini muncul?

Guru :kalua ide sdah lama, akan tetapi pelaksanaannya baru berjalan 2 tahun ini, dari awal corona. Karna melihat pembelajaran lewat online, lalu unculah ide membikin kewirausahaan online.

Peneliti :Apakah progra ini muncul pada saat kepemimpinan kepala sekolah sekarang atau sudah ada sebelumnya?

Guru : iya, pada saat bapak kepala sekolah yang sekarang.

Peneliti :Apakah keberadaan program digital entrepreneurship memberikan dampak positif terhadap sekolah?

- Guru : sangat banyak memberikan dampak positif bagi sekolah dan siswa, Karena pada saat itu siswa sangat antusias terhadap program digital ini.
- Peneliti :Bagaimana upaya kepemimpinan kepala sekolah dalam mempertahankan program digital entrepreneurship ini agar tetap berjalan?
- Guru :upaya bapak kepala sekolah dalam mempertahankan program digital ini adalah dengan selalu memberikan ide-ide atau memberikan semangat dan selalu mensupport terus terhadap perkembangan program digital ini.
- Peneliti :Bagaimana semangat guru untuk menerapkan program digital ini?
- Guru : semangat guru adalah melihat semua siswa yang bisa memberikan hasil yang bagus untuk sekolah dan diri sendiri.
- Peneliti :Bagaimana solusi guru untuk menghadapi persaingan di era digital 4.0?
- Peneliti :Apakah ada implikasi kepala sekolah tentang program digital entrepreneurship?
- Peneliti :Apa saja kegiatan entrepreneurship yang sudah diterapkan di sekolah ini?

- Guru : kegiatan yang sudah di terapkan di sekolah adalah 1) produk telur asin 2) spidometer 3) OTKP membuat Jasa layanan 4)TKJ membuat desain kalender. Untuk sekolah hanya membantu sarana dan prasaran.
- Peneliti :Bagaimana cara guru menilai hasil program entrepreneurship?
- Guru : persiapan apasaja yang dipersiapkan, proses pembuatan siapa saja yang terlibat.
- Peneliti :Bagaimana upaya kepala sekolah untuk mengembangkan entrepreneurship?
- Guru : upaya kepala sekolah mau membikin mini saha perjurusan TKR, mini usaha bengkel, ganti oli, spidol. Dari yang ringan.
- Peneliti :Apa manfaat program ini bagi siswa?
- Guru : manfaatnya bisa belajar tentang wirausaha, dan siswa dapat bekerja di bidang yng sesuai.
- Peneliti :Apa saja prestasi yang sudah membawa nama baik sekolah khususnya di entrepreneurship?
- Guru : untuk prestasi belum ada, aan tetapi sudah banyak alumni yang meneruskan program digital entrepreneurship ini d rumahnya.





## Lampiran 6

### TRANSKIP HASIL WAWANCARA TENTANG PROGRAM DIGITAL ENTREPRENEURSHIP ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI SMK NURUL ULUM LEBAKSIU

---

Responden : Siswi SMK kelas XII Kewirausahaan

Nama : Arina Muna Sakina

Hari/Tanggal : Senin/ 16 Januari 2023

Waktu : 10.30

#### DAFTAR PERTANYAAN

Peneliti :Apakah anda tahu kapan program digital entrepreneurship mulai ada di sekolah ini?

Siswa :Sebelumnya saya kurang tahu terkait munculnya program digital ini, akan tetapi pada saat saya beranjak di kelas XI SMK sudah ada program digital ini.

Peneliti :Apakah keberadaan program digital entrepreneurship ini memberikan manfaat bagi anda?

Siswa :Saya belajar langsung mengenai program digital ini, program ini membawakan dampak baik bagi saya dan teman-teman, karena pada saat covid-19

saya dan teman-teman membutuhkan wirausaha, dengan saya belajar digital entrepreneurship saya bisa membuka bisnis online.

Peneliti :Bagaimana pengaruh digital entrepreneurship terhadap lembaga sekolah?

Siswa :untuk pengaruh sangat baik.

Peneliti :Bagaimana usaha pihak sekolah mempertahankan program digital entrepreneurship ini agar tetap berjalan?

Siaw : dari sekolah memberikan fasilitas yang memadai daam program digital ini, dengan itu siswa juga semangat belajar.

Peneliti :Apakah anda semangat dalam adanya program digital entrepreneurship ini?

Siswa : saya semangat, dan saya juga suka karena program digital ini bisa belajar tidak hanya pemasarannya saja akan tetapi diajarkan cara pengelolaannya bagaimana, itu membawakan hasil yang bagus untuk siswa.

Peneliti :Apasaja yang sudah dibuat selama praktek?

Siswa : telur asin, pembuatan bengkel kecil, spidometer.

Peneliti : Apa kendala atau hambatan yang kalian  
Siswa : hambatannya karena sering terjadinya  
pengunduran jadwal praktek, sehingga menunda  
kegiatan pemasaran.

**Semarang, 30 Maret 2023**

**Kepala Sekolah**



Aries Munandar, S.Fil.I.MM

**Peneliti**

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Nadia Maida Amalia".

Nadia Maida Amalia

## Lampiran 7 Usulan Judul Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
Jl. Prof. Hamka (Kampus 2), Ngaliyan, Semarang 50185, Indonesia

Phone: +62 61 7411000  
Fax: +62 61 7411001  
Email: [info@uisu.ac.id](mailto:info@uisu.ac.id)  
Website: <http://www.walisongo.ac.id>

### USULAN JUDUL SKRIPSI

Nama Lengkap : **Nadia Maida Amalia**  
Program Studi : **S.1 MPI**

NIM : **1903036037**  
Jurusan : **MPI**

**A. Usulan Judul :** Strategi Program *Digital Entrepreneurship* Era Revolusi Industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu

**B. Bidang Penelitian :** Kualitatif

**C. Latar Belakang:**

Kepemimpinan kepala sekolah merupakan salah satu faktor yang sangat berperan dalam suatu organisasi. Dalam dunia pendidikan sekalipun, kepemimpinan kepala sekolah merupakan faktor utama yang menentukan berhasil atau tidaknya sebuah lembaga pendidikan. Kepala sekolah dituntut untuk memiliki kompetensi dalam kepemimpinannya agar kreatif, dan inovatif dalam mengelola lembaga pendidikan. Adapun kompetensi yang harus dimiliki oleh kepala sekolah yakni : Kepribadian, manajerial, kewirausahaan, supervisi dan kompetensi sosial. Kompetensi yang dimiliki kepala sekolah merupakan kebebasan dalam mengelola lembaga pendidikan. Dengan adanya dukungan sekolah sebagai institusi pengelolaan pendidikan yang diberikan otonomi secara khusus kepada pemimpin lembaga dalam menentukan kebijakan dan pengambilan keputusan guna meningkatkan efesiensi, efektivitas, mutu dan pemerataan terhadap pendidikan, maka kompetensi tersebut harus dimiliki dan diimplementasikan oleh kepala sekolah.

Adapun seperti yang dijelaskan di atas, salah satu kompetensi kepala sekolah yaitu kewirausahaan, dengan adanya kompetensi ini kepala sekolah akan memiliki tujuan dan harapan yang dituangkan dalam visi, misi dan tujuan sekolah secara realistis, sesuai dengan kemampuan, kondisi dan situasi sekolah. Kewirausahaan ini bertujuan untuk pengelolaan sumber daya yang akan mendukung finansial sekolah serta berfungsi untuk membudidayakan perilaku wirausaha dikalangan masyarakat sekolah, khususnya peserta didik agar dapat memiliki kepribadian yang mandiri.

## Lampiran 8 Penunjukan Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus II, Ngaliyan, Telp. 7601295 Fax "61538", Semarang, 50132

Nomor : Semarang, 1 November 2022

Lamp : -

Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth

Syaiful Bakhri M.MSI

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Berdasarkan hasil pembahasan usulan judul penelitian di Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI), maka Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan menyetujui judul skripsi mahasiswa:

Nama : Nadia Maida Amalia

NIM : 1903036037

Judul : Strategi Program *Digital Entrepreneurship* Era Revolusi Industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu

Dan menunjuk :

1. Pembimbing : Syaiful Bakhri M.MSI

Demikian penunjukan pembimbing skripsi ini disampaikan dan atas kerjasama yang diberikan kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikumWr. Wb.*

A.n. Dekan,  
Ketua Jurusan MPI

**Fatkuroji, M. Pd.**  
NIP: 197704152007011032

Tembusan disampaikan kepada Yth:

1. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang
2. Mahasiswa yang bersangkutan

## Lampiran 9 Surat Mohon Izin Riset



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Jalan Prof. Hamka Km.2 Semarang 50185  
Telepon 024-7601295, Faksimile 024-7615387  
www.walisongo.ac.id

Nomor: 88/Un.10.3/D1/TA.00.01/01/2023 Semarang, 1 Januari 2023

Lamp : -

Hal : Mohon Izin Riset  
a.n. : Nadia Maida Amalia  
NIM : 1903036037

Yth. Bpk. Aries Munandar, S.FIL  
Kepala Sekolah  
di SMK Nurul Ulum Lebaksiu

Assalamu'alaikum Wr.Wb.,  
Diberitahukan dengan hormat dalam rangka penulisan skripsi, atas nama mahasiswa :

Nama : Nadia Maida Amalia  
NIM : 1903036037  
Alamat : Ds.Balapulang Wetan RT 03 RW 09,Kec.Balapulang, Kab.Tegal  
Judul skripsi : Strategi Program *Digital Entrepreneurship* Era Revolusi Industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu.

Pembimbing :  
1. Syaiful Bakhri, M.MSI

Sehubungan dengan hal tersebut mohon kiranya yang bersangkutan di berikan izin riset dan dukungan data dengan tema/judul skripsi sebagaimana tersebut diatas selama 1 Minggu mulai tanggal 11 Januari 2023 sampai dengan tanggal 18 Januari 2023.

Demikian atas perhatian dan terkabulnya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alikum Wr.Wb.



a.n. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik

Tembusan :  
Dekan FITK UIN Walisongo (sebagai laporan)

## Lampiran 10 Surat Keterangan Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONOGO SEMARANG  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus II) Ngaliyan Telp. 024-7601295  
Fax. 024-7615387 Semarang 50185

Hal : Nilai Bimbingan Skripsi

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
UIN Walisongo Semarang

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Kami beritahukan bahwa setelah membimbing skripsi Saudara :

Nama : Nadia Maida Amalia  
NIM : 1903036037  
Judul : Strategi Program *Digital Entrepreneurship* Era Revolusi Industri 4.0 di  
SMK Nurul Ulum Lebaksiu

Maka nilai naskah skripsinya adalah : 3,75

Catatan khusus pembimbing:

*Aspek di lanjutkan ke tahap berikutnya*

Demikian agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing,

**Syaiful Bakhri, M.MSI**

NIP. 198810302019031011

## Lampiran 11 Nilai Bimbingan



YAYASAN PENDIDIKAN ISLAM NURUL ULUM LEBAKSIU LOR  
SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN

### SMK NURUL ULUM LEBAKSIU

BISNIS MANAJEMEN, TEKNOLOGI REKAYASA, TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

Jl. Karang Muncul II Lebaksiu Lor – Lebaksiu – Tegal Telp(0283)3466592 Kode Pos 52461

NPSN: 20325255

website: smknurululum.sch.id | email: info@smknurululum.sch.id

NSS: 342032808021

### SURAT KETERANGAN

Nomor: 340/422.2/SMK.NU/L/III/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Aries Munandar, S.Fil.I, M.M**

NIP : -

Jabatan : Kepala Sekolah

Unit Kerja : SMK Nurul Ulum Lebaksiu

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

No	Nama	NIM	Perguruan Tinggi
1	Nadia Maida Amalia	1903036037	Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Telah melaksanakan Penelitian pada tanggal 12 – 19 Januari 2023 di lingkungan SMK Nurul Ulum Lebaksiu, dengan judul:

**“Strategi Program Digital Entrepreneurship Era Revolusi Industri 4.0 di SMK Nurul Ulum Lebaksiu”**

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Lebaksiu, 30 Maret 2023  
SMK Nurul Ulum Lebaksiu  
Kepala Sekolah  
  
Aries Munandar, S.Fil.I, M.M



*Lampiran 12 Dokumentasi Praktek Pembuatan TelurAsin*



## RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Nadia Maida Amalia
2. Tempat & Tanggal Lahir : Tegal, 06 Desember 2000
3. Alamat Rumah : Jln. Jurusan Jatibarang Ds.  
Balapulung Wetan RT 03/RW 09, Kecamatan Balapulung,  
Kabupaten Tegal.
4. No. HP : 088221040929
5. E-mail : [nadia.maidaamalia00@gmail.com](mailto:nadia.maidaamalia00@gmail.com)

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal :
  - a. TK Pertiwi 26-62 Balapulung
  - b. SD Negeri 07 Balapulung Wetan
  - c. MTs Negeri 01 Tegal
  - d. MA Al-hikmah 2 Benda
  - e. UIN Walisongo Semarang Prodi Manajemen Pendidikan Islam
2. Pendidikan Non-Formal
  - a. Pondok Pesantren Mahadutholabah Lebaksiu
  - b. Ponpes Pesantren Al-hikmah 2 benda Sirampog Brebes
  - c. Ponpes Pesantren Al-Ihya' 2 Semarang

### **C. Prestasi Akademik**

1. Juara 2 Lomba Plan Bisnis dalam acara Harlah MPI UIN Walisongo Semarang
2. Juara 3 Lomba Desain Grafis

Semarang, 30 Maret 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nadia Maida Amalia', with a stylized flourish at the end.

**Nadia Maida Amalia**

NIM: 1903036037