ARZUSIN
Jurnal Manajemen dan Pendidikan Dasar

e-ISSN : 2809-4093
p-ISSN : 2809-4484
Terindeks: Sinta 5, Copernicus, Dimensions, Scilit, Lens, Semantic Scholar, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/arzusin.v6i6.12184

Pengaruh Keterlibatan Siswa dalam Pembelajaran Kewirausahaan terhadap Kepercayaan Diri Berwirausaha Digital pada Siswa Jurusan Kecantikan di SMK Negeri 6 Padang

The Effect of Student Engagement in Entrepreneurship Learning on Self-Confidence in Digital Entrepreneurship among Beauty Major Students at SMK Negeri 6 Padang

Monica Afrianti, Reflianto, Mimi Yupelmi, Siti Hajar Thaitami
Universitas Negeri Padang
monicaafrianti04@gmail.com; refliannto@fpp.unp.ac.id

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Aug 14, 2026	Sep 11, 2026	Sep 23, 2026	Sep 28, 2026

Abstract

Research on entrepreneurship education has extensively examined interest, intention, and self-efficacy. However, the relationship between student engagement in entrepreneurship learning and confidence in starting a digital business among beauty program students remains underexplored. This study aimed to analyze the effect of engagement in entrepreneurship learning on confidence in digital entrepreneurship among students in the Beauty Department at SMK Negeri 6 Padang. The study used a quantitative approach with a causal-associative design. A total of 69 Grade XI students were included through total sampling. Data were collected using a four-point Likert-scale questionnaire and analyzed using descriptive statistics, prerequisite tests, and simple linear regression. The results showed a positive and significant relationship between student engagement and confidence in digital entrepreneurship ($t = 11.431$; $p < .001$). An R^2 value of 0.661 indicated that student engagement explained 66.1% of the variation in confidence in digital entrepreneurship in the study model. These findings highlight the importance of student engagement in entrepreneurship learning and provide a basis for developing learning activities that allow students to showcase their work, promote makeup services, and use digital media for entrepreneurship.

Keywords: Student Engagement; Entrepreneurship Learning; Entrepreneurial Self-Confidence; Digital Entrepreneurship; Beauty Program Students

Arzusin is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

Abstrak: Penelitian tentang pendidikan kewirausahaan telah banyak membahas minat, intensi, dan efikasi diri. Namun, hubungan antara keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan dan kepercayaan diri untuk merintis usaha digital pada siswa jurusan kecantikan masih terbatas dikaji. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh keterlibatan dalam pembelajaran kewirausahaan terhadap kepercayaan diri berwirausaha digital siswa Jurusan Kecantikan di SMK Negeri 6 Padang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Sebanyak 69 siswa kelas XI dilibatkan melalui teknik *total sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert empat poin dan dianalisis dengan statistik deskriptif, uji prasyarat, serta regresi linear sederhana. Hasil menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara keterlibatan siswa dan kepercayaan diri berwirausaha digital ($t = 11{,}431$; $p < 0{,}001$). Nilai R^2 sebesar 0,661 menunjukkan bahwa keterlibatan siswa menjelaskan 66,1% variasi kepercayaan diri berwirausaha digital dalam model penelitian. Temuan ini menunjukkan pentingnya keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan serta menjadi dasar untuk mengembangkan kegiatan pembelajaran yang memberi ruang bagi siswa untuk menampilkan karya, mempromosikan jasa *makeup*, dan memanfaatkan media digital untuk berwirausaha.

Kata Kunci: Keterlibatan Siswa; Pembelajaran Kewirausahaan; Kepercayaan Diri Berwirausaha; Kewirausahaan Digital; Siswa Jurusan Kecantikan

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah cara individu membangun, menjalankan, dan mengembangkan usaha, termasuk pada sektor jasa kecantikan. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan aktivitas kewirausahaan berlangsung melalui media sosial, platform pemasaran, serta berbagai saluran komunikasi yang mempertemukan pelaku usaha dengan konsumen secara lebih luas. Kewirausahaan digital tidak hanya berkaitan dengan penciptaan usaha berbasis teknologi, tetapi juga dengan pemanfaatan teknologi untuk menemukan peluang, menciptakan nilai, dan mengembangkan model bisnis yang lebih adaptif (Giones & Brem, 2017; Nambisan, 2017). Perubahan tersebut semakin terlihat pada industri kecantikan, ketika media sosial menjadi ruang untuk menampilkan portofolio, membangun citra, memperkenalkan layanan, dan menjangkau calon pelanggan (Rachmah et al., 2022; Yupelmi et al., 2023). Dalam konteks industri kecantikan, pemanfaatan teknologi digital juga semakin berkembang sebagai bagian dari strategi pemasaran jasa. Oktaviorin et al. (2024) menunjukkan bahwa penerapan layanan digital marketing telah digunakan dalam aktivitas pemasaran salon kecantikan di Kota Padang**.** Situasi ini menunjukkan bahwa kemampuan memanfaatkan ruang digital semakin relevan bagi generasi muda yang dipersiapkan memasuki dunia kerja dan dunia usaha, terutama siswa sekolah kejuruan (Suhardi et al., 2023).

Perubahan tersebut menempatkan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) pada posisi penting dalam menyiapkan lulusan yang tidak hanya menguasai keterampilan sesuai bidang

keahlian, tetapi juga memiliki kesiapan untuk menciptakan peluang usaha. Pendidikan kewirausahaan pada jenjang SMK diarahkan untuk menumbuhkan kreativitas, keberanian mengambil keputusan, kemandirian, serta kepercayaan diri siswa dalam menghadapi situasi usaha yang dinamis (Hasnawati et al., 2024; Susanto, 2020).

Pendidikan kewirausahaan yang memberikan pengalaman nyata juga dapat membentuk sikap dan keyakinan siswa terhadap kemampuan mereka untuk menjalankan kegiatan usaha. Temuan Bahaw et al. (2024), misalnya, menunjukkan adanya peningkatan intensi, sikap terhadap penciptaan usaha, dan *perceived behavioral control* setelah siswa pendidikan vokasi mengikuti program pendidikan kewirausahaan. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa pembelajaran kewirausahaan pada pendidikan vokasi perlu bergerak melampaui penyampaian konsep menuju pengalaman belajar yang memberi ruang bagi siswa untuk mencoba, berinteraksi, dan mengambil keputusan dalam situasi yang menyerupai praktik usaha. Pada bidang tata rias dan kecantikan, tuntutan tersebut juga berkaitan dengan kemampuan memanfaatkan teknologi digital. Agrestia et al. (2026) menunjukkan pentingnya pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan konten kecantikan sebagai bagian dari kompetensi yang mendukung pemanfaatan media digital.

Kondisi empiris pada siswa Jurusan Kecantikan SMK Negeri 6 Padang memperlihatkan persoalan yang lebih spesifik. Hasil pra-survei terhadap 21 siswa menunjukkan bahwa keterlibatan dalam pembelajaran kewirausahaan secara umum telah tergolong baik, terlihat dari keaktifan mengikuti pembelajaran, berdiskusi, dan bekerja sama dalam pembuatan konten promosi. Kepercayaan diri untuk membawa keterampilan tersebut ke ruang usaha digital belum menunjukkan kondisi yang sama. Sebanyak 47,6% siswa masih merasa ragu menawarkan jasa rias melalui media sosial, 57,1% merasa takut menerima kritik atau komentar negatif dari klien, dan 52,4% merasa kurang percaya diri ketika membandingkan hasil riasannya dengan karya orang lain yang dipublikasikan melalui media sosial. Temuan awal tersebut memperlihatkan adanya jarak antara keterlibatan siswa selama proses pembelajaran dengan keyakinan mereka untuk menampilkan kemampuan, menawarkan jasa, dan berinteraksi dengan pasar melalui platform digital. Persoalan ini menjadi penting karena keterampilan tata rias yang telah dimiliki belum akan berkembang menjadi peluang usaha apabila siswa belum memiliki keberanian untuk memperkenalkan karya dan layanan mereka kepada calon konsumen.

Keterlibatan siswa dalam pembelajaran dapat dipahami sebagai partisipasi yang mencakup aspek perilaku, emosional, dan kognitif, bukan sekadar kehadiran fisik di kelas (Fredricks et al., 2004). Keterlibatan perilaku tampak melalui keaktifan mengikuti kegiatan dan mengerjakan tugas, keterlibatan emosional berkaitan dengan ketertarikan serta respons positif terhadap pembelajaran, sedangkan keterlibatan kognitif tercermin dari usaha siswa memahami, memecahkan masalah, dan mengembangkan pengetahuan yang dipelajari. Kerangka tersebut relevan dengan pembelajaran kewirausahaan karena kompetensi wirausaha sulit berkembang apabila siswa hanya menerima materi secara pasif. Khasanah & Pitaloka (2025) menunjukkan pentingnya keterlibatan siswa dalam pelaksanaan pembelajaran kewirausahaan terhadap pengembangan orientasi berwirausaha. Bukti longitudinal yang dikemukakan Liu (2023) juga memperlihatkan bahwa karakteristik program kewirausahaan yang mendorong keterlibatan belajar berkaitan dengan perkembangan kompetensi kewirausahaan siswa. Artinya, pengalaman belajar yang memberi kesempatan untuk mencoba, berdiskusi, menyelesaikan tantangan, dan memperoleh dukungan guru berpotensi membentuk pengalaman keberhasilan yang lebih bermakna bagi siswa.

Kepercayaan diri menjadi aspek psikologis yang penting ketika keterampilan yang diperoleh siswa mulai diterapkan pada situasi usaha yang nyata. Individu yang memiliki kepercayaan diri cenderung mampu menilai kemampuan dirinya secara lebih positif, mengambil keputusan, serta bertindak tanpa ketergantungan berlebihan terhadap penilaian orang lain (Ghufron & Risnawita S., 2012). Pembentukan kepercayaan diri juga berkaitan dengan pengalaman dan kesempatan individu untuk mengenali serta menggunakan kemampuan yang dimilikinya (Al Hakim & Muhibbulloh, 2024). Dalam konteks tata rias dan kecantikan, Febrian Saputri & Yupelmi (2025) menemukan bahwa tingkat kepuasan dalam pengaplikasian *make-up* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan diri mahasiswa Tata Rias dan Kecantikan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman dalam menguasai dan mengevaluasi keterampilan tata rias memiliki keterkaitan dengan pembentukan keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya.Konteks kewirausahaan memperlihatkan bahwa pembelajaran berbasis praktik dan proyek dapat memberikan ruang bagi siswa untuk mengalami proses tersebut. Hasnawati et al. (2024) melaporkan peningkatan kepercayaan diri setelah siswa memperoleh pembelajaran kewirausahaan berbasis praktik, Sementara itu, Oktaviorin et al. (2024) mengungkapkan bahwa pembelajaran berbasis proyek memberikan pengaruh terhadap kepercayaan diri sekaligus kesiapan berwirausaha pada siswa SMK. Literatur kewirausahaan digital juga memperlihatkan bahwa pendidikan kewirausahaan

digital berhubungan positif dengan *digital entrepreneurial self-efficacy* (Duong et al., 2024). Hal tersebut juga diperkuat oleh Oshima & Yupelmi (2025) yang menemukan adanya hubungan antara *self-efficacy* dan minat wirausaha *makeup freelance* pada mahasiswa Tata Rias dan Kecantikan**.**Meskipun efikasi diri tidak sepenuhnya identik dengan kepercayaan diri, temuan tersebut menguatkan argumentasi bahwa pengalaman belajar kewirausahaan dan keyakinan terhadap kemampuan diri memiliki hubungan penting ketika aktivitas usaha berpindah ke lingkungan digital.

Kajian terdahulu telah membahas pembelajaran kewirausahaan dengan berbagai hasil psikologis dan perilaku kewirausahaan siswa. Sekarini & Marlena (2020) meneliti pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dengan efikasi diri sebagai variabel moderasi, sedangkan Kamila et al. (2024) mengkaji keterlibatan siswa dalam kaitannya dengan kompetensi berwirausaha. Khasanah & Pitaloka (2025) mengemukakan bahwa terdapat hubungan antara keterlibatan siswa pada pelaksanaan P5 dan pembelajaran kewirausahaan dengan tumbuhnya minat berwirausaha, sementara Hasmah et al. (2025) menempatkan kepercayaan diri dan kesiapan wirausaha sebagai hasil dari penerapan pembelajaran berbasis proyek. Rangkaian penelitian tersebut memberikan bukti bahwa proses pembelajaran, keterlibatan, dan aspek psikologis siswa memiliki posisi penting dalam pendidikan kewirausahaan. Fokus penelitian yang ada masih lebih banyak diarahkan pada minat, niat, kompetensi, kesiapan, atau efikasi diri berwirausaha, sedangkan kepercayaan diri siswa untuk mengaktualisasikan keterampilan kewirausahaan melalui media digital belum banyak ditempatkan sebagai hasil yang secara langsung dikaitkan dengan tingkat keterlibatan siswa selama pembelajaran.

Literatur mutakhir mengenai kewirausahaan digital semakin memperjelas celah tersebut. Duong et al. (2024) menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan digital dan *digital entrepreneurial self-efficacy* berkaitan dengan intensi kewirausahaan digital pada mahasiswa. Nguyen & Nguyen (2024) juga mengungkapkan bahwa pendidikan kewirausahaan digital memiliki peran dalam membentuk proses kognitif serta intensi mahasiswa untuk terjun ke dunia kewirausahaan digital, khususnya dalam konteks negara berkembang. Kedua penelitian tersebut memperluas pemahaman mengenai hubungan antara pendidikan, keyakinan terhadap kemampuan diri, dan kecenderungan melakukan kewirausahaan digital, tetapi subjeknya berada pada pendidikan tinggi dan variabel hasilnya lebih berorientasi pada intensi kewirausahaan. Ruang penelitian masih terbuka untuk menjelaskan bagaimana pengalaman keterlibatan selama pembelajaran kewirausahaan berkaitan dengan kepercayaan diri

berwirausaha digital pada siswa pendidikan menengah kejuruan, terutama pada bidang kecantikan yang sangat mengandalkan tampilan visual, portofolio, interaksi konsumen, dan promosi melalui media sosial.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian hubungan antara keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan dan kepercayaan diri berwirausaha digital dalam konteks siswa Jurusan Kecantikan. Posisi tersebut berbeda dari penelitian sebelumnya yang lebih banyak menghubungkan pendidikan kewirausahaan dengan minat, intensi, kompetensi, efikasi diri, atau kesiapan berwirausaha. Landasan konseptual keterlibatan siswa merujuk pada dimensi perilaku, emosional, dan kognitif dari Fredricks et al. (2004), sedangkan kepercayaan diri dipahami sebagai keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya untuk bertindak dan menghadapi situasi yang dihadapi (Ghufron & Risnawita S., 2012) . Perspektif kewirausahaan digital digunakan untuk menempatkan kemampuan tersebut pada lingkungan usaha yang memanfaatkan teknologi sebagai bagian dari penciptaan dan pengembangan peluang bisnis (Giones & Brem, 2017; Nambisan, 2017). Konteks bidang kecantikan memberi karakter yang lebih spesifik karena keberanian siswa menampilkan karya, membangun portofolio, melakukan promosi, dan berinteraksi dengan calon pelanggan melalui media sosial menjadi bagian nyata dari proses menuju wirausaha digital (Rachmah et al., 2022; Yupelmi et al., 2023).

Berdasarkan uraian tersebut, masih terdapat ruang penelitian untuk menjelaskan hubungan antara keterlibatan siswa selama pembelajaran kewirausahaan dan kepercayaan diri dalam mengaktualisasikan keterampilan melalui lingkungan usaha digital, khususnya pada siswa pendidikan menengah kejuruan bidang kecantikan. Penelitian ini memiliki kebaruan pada pengujian keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan sebagai faktor yang memengaruhi kepercayaan diri berwirausaha digital dalam konteks siswa Jurusan Kecantikan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan terhadap kepercayaan diri berwirausaha digital pada siswa Jurusan Kecantikan di SMK Negeri 6 Padang.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal untuk menganalisis pengaruh keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan terhadap kepercayaan diri berwirausaha digital. Pendekatan kuantitatif dipilih karena data penelitian

berupa skor numerik yang diperoleh melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hubungan antara variabel independen dan variabel dependen (Sugiyono, 2019). Variabel independen dalam penelitian ini adalah keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan (X), sedangkan variabel dependennya adalah kepercayaan diri berwirausaha digital (Y). Penelitian dilaksanakan di SMK Negeri 6 Padang, Sumatera Barat, pada 4–18 September 2026. Populasi penelitian mencakup seluruh siswa kelas XI Jurusan Kecantikan yang telah mengikuti pembelajaran kewirausahaan, yaitu sebanyak 69 siswa dari kelas XI KC 1 dan XI KC 2. Seluruh anggota populasi dijadikan sampel melalui teknik *total sampling* karena jumlah populasi relatif terbatas dan seluruh siswa memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian (Purwanza, 2022; Sugiyono, 2019).

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert empat poin, yaitu selalu (4), sering (3), kadang-kadang (2), dan tidak pernah (1), serta dilengkapi dokumentasi sebagai data pendukung. Instrumen keterlibatan siswa dikembangkan berdasarkan konsep *student engagement* sebagaimana dikemukakan oleh Fredrick et al.(2004), yang terdiri atas keterlibatan perilaku (behavioral engangement), keterlibatan emosional (emotional engangement), dan keterlibatan kognitif (cognitive engangement). Instrumen kepercayaan diri berwirausaha digital dikembangkan dengan mengadaptasi aspek kepercayaan diri Lauster sebagaimana dikemukakan dalam Ghufron dan Risnawita (2012), meliputi keyakinan terhadap kemampuan diri, optimisme, objektivitas, tanggung jawab, serta kemampuan berpikir rasional dan realistis. Seluruh indikator disesuaikan dengan konteks pembelajaran kewirausahaan dan kegiatan promosi jasa *makeup* melalui media digital. Uji coba instrumen dilakukan terhadap 31 responden. Hasil pengujian menunjukkan bahwa dari 20 butir variabel keterlibatan siswa, 19 butir dinyatakan valid dan satu butir tidak valid, sedangkan seluruh 20 butir variabel kepercayaan diri berwirausaha digital dinyatakan valid. Reliabilitas instrumen diuji menggunakan Cronbach's Alpha dan menghasilkan nilai 0,839 untuk variabel keterlibatan siswa serta 0,932 untuk variabel kepercayaan diri berwirausaha digital. Kedua nilai tersebut melebihi batas 0,70 sehingga instrumen dinyatakan reliabel (Ghozali, 2021).

Pengolahan data pada penelitian ini melalui beberapa tahap dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS. Tahap analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan kecenderungan data masing-masing variabel berdasarkan nilai rata-rata dan persentase. Pengujian prasyarat dilakukan melalui uji normalitas dan uji linearitas untuk memastikan data memenuhi asumsi analisis parametrik. Normalitas data ditentukan berdasarkan nilai

signifikansi lebih besar dari 0,05, sedangkan hubungan kedua variabel dinyatakan linear apabila nilai *significance* pada *Deviation from Linearity* lebih besar dari 0,05. Pengujian hipotesis selanjutnya dilakukan menggunakan regresi linear sederhana untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan terhadap kepercayaan diri berwirausaha digital. Signifikansi pengaruh diuji melalui uji *t* pada taraf 0,05, sedangkan koefisien determinasi (r^2) digunakan untuk mengetahui proporsi variasi kepercayaan diri berwirausaha digital yang dapat dijelaskan oleh keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan (Ghozali, 2021). Analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan kecenderungan setiap variabel dan indikator berdasarkan nilai rata-rata (mean) dan Tingkat Capaian Responden (TCR). Nilai TCR dihitung dengan membandingkan nilai rata-rata yang diperoleh dengan skor maksimum skala pengukuran, kemudian dikalikan 100%. Karena instrumen menggunakan skala Likert empat poin, skor maksimum yang digunakan dalam perhitungan TCR adalah 4.

Rumus TCR:

$$TCR = (Mean / 4) \times 100\%$$

HASIL

1. Hasil Penelitian

Subjek penelitian ini terdiri dari 69 siswa kelas IX Jurusan Kecantikan SMK Negeri 6 Padang yang telah mengikuti pembelajaran kewirausahaan. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik total sampling, sehingga seluruh anggota populasi dijadikan responden. Responden berasal dari dua kelas, yaitu XI KC 1 dan XI KC 2. Distribusi responden berdasarkan kelas disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Kelas

No.	Kelas	Frekuensi	Persentase (%)
1	XI KC 1	35	50,72
2	XI KC 2	34	49,28
Total		69	100,00

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden dari kelas XI KC 1 berjumlah 35 siswa atau 50,72%, sedangkan responden dari kelas XI KC 2 berjumlah 34 siswa atau 49,28%. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden dari kedua kelas relatif berimbang. Seluruh 69 siswa selanjutnya menjadi sumber data dalam analisis keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan dan kepercayaan diri berwirausaha digital.

2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif dilakukan untuk memperoleh gambaran umum mengenai distribusi skor variabel keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan dan kepercayaan diri berwirausaha digital. Statistik deskriptif kedua variabel meliputi jumlah responden, skor minimum, skor maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Standar Deviasi
Keterlibatan Siswa dalam Pembelajaran Kewirausahaan (X)	69	38	76	63,8696	9,93051
Kepercayaan Diri Berwirausaha Digital (Y)	69	39	80	69,0435	11,28955

Tabel 2 menunjukkan bahwa skor keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan berada pada rentang 38–76 dengan nilai rata-rata 63,8696 dan standar deviasi 9,93051. Kepercayaan diri berwirausaha digital memiliki skor antara 39 dan 80 dengan nilai rata-rata 69,0435 serta standar deviasi 11,28955. Nilai standar deviasi variabel kepercayaan diri berwirausaha digital lebih besar dibandingkan variabel keterlibatan siswa, yaitu masing-masing 11,28955 dan 9,93051.

Analisis selanjutnya dilakukan berdasarkan masing-masing indikator keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan. Variabel tersebut terdiri atas tiga indikator, yaitu keterlibatan perilaku (*behavioral engagement*), keterlibatan emosional (*emotional engagement*), dan keterlibatan kognitif (*cognitive engagement*). Hasil analisis setiap indikator disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Statistik Deskriptif Indikator Keterlibatan Siswa dalam Pembelajaran Kewirausahaan

No.	Indikator	Minimum	Maksimum	Mean	TCR (%)
1	Keterlibatan Perilaku (Behavioral Engagement)	1,86	4,00	3,1884	79,71
2	Keterlibatan Emosional (Emotional Engagement)	2,00	4,00	3,4116	85,29
3	Keterlibatan Kognitif (Cognitive Engagement)	2,00	4,00	3,4990	87,48

Berdasarkan Tabel 3, keterlibatan kognitif memperoleh nilai rata-rata dan TCR tertinggi, yaitu *mean* sebesar 3,4990 dengan TCR 87,48%. Keterlibatan emosional berada pada urutan berikutnya dengan nilai rata-rata 3,4116 dan TCR 85,29%. Sementara itu, keterlibatan perilaku memperoleh nilai rata-rata paling rendah, yaitu 3,1884 dengan TCR 79,71%. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan

lebih menonjol pada aspek kognitif dan emosional dibandingkan keterlibatan yang diwujudkan dalam perilaku secara langsung. Rentang skor minimum juga menunjukkan bahwa keterlibatan perilaku memiliki skor terendah sebesar 1,86, sedangkan keterlibatan emosional dan kognitif masing-masing memiliki skor minimum 2,00. Skor maksimum pada seluruh indikator mencapai 4,00. Dengan demikian, secara deskriptif, indikator keterlibatan kognitif menunjukkan capaian paling tinggi, sedangkan keterlibatan perilaku masih menjadi aspek dengan capaian relatif paling rendah. Hasil statistik deskriptif setiap indikator ditampilkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Statistik Deskriptif Indikator Kepercayaan Diri Berwirausaha Digital

No.	Indikator	Minimum	Maksimum	Mean	TCR (%)
1	Keyakinan terhadap Kemampuan Diri	1,75	4,00	3,3261	83,15
2	Optimis	1,75	4,00	3,3986	84,97
3	Objektif	1,75	4,00	3,4565	86,41
4	Bertanggung Jawab	2,00	4,00	3,5688	89,22
5	Rasional dan Realistis	2,00	4,00	3,5109	87,77

Berdasarkan Tabel 4, indikator bertanggung jawab memperoleh nilai rata-rata dan TCR tertinggi, yaitu *mean* sebesar 3,5688 dengan TCR 89,22%. Indikator rasional dan realistis berada pada urutan berikutnya dengan nilai rata-rata 3,5109 dan TCR 87,77%, diikuti indikator objektif dengan nilai rata-rata 3,4565 dan TCR 86,41%. Indikator optimis memperoleh nilai rata-rata 3,3986 dengan TCR 84,97%, sedangkan indikator keyakinan terhadap kemampuan diri memiliki nilai rata-rata dan TCR paling rendah, yaitu 3,3261 dengan TCR 83,15%.

Hasil tersebut memperlihatkan bahwa capaian tertinggi kepercayaan diri berwirausaha digital terdapat pada aspek tanggung jawab, sedangkan keyakinan terhadap kemampuan diri menjadi aspek dengan capaian relatif paling rendah. Seluruh indikator mencapai skor maksimum 4,00, sedangkan skor minimum berada pada rentang 1,75–2,00.

Perbedaan nilai rata-rata dan TCR antarindikator memperlihatkan adanya variasi pada data penelitian. Pada variabel keterlibatan siswa, keterlibatan kognitif memperoleh TCR tertinggi sebesar 87,48%, sedangkan keterlibatan perilaku memperoleh TCR terendah sebesar 79,71%. Pada variabel kepercayaan diri berwirausaha digital, indikator bertanggung jawab memperoleh TCR tertinggi sebesar 89,22%, sedangkan indikator keyakinan terhadap kemampuan diri memperoleh TCR terendah sebesar 83,15%. Data tersebut menunjukkan adanya variasi empiris antarindikator yang selanjutnya menjadi dasar untuk pembahasan

mengenai aspek yang telah berkembang dengan baik dan aspek yang masih memerlukan penguatan.

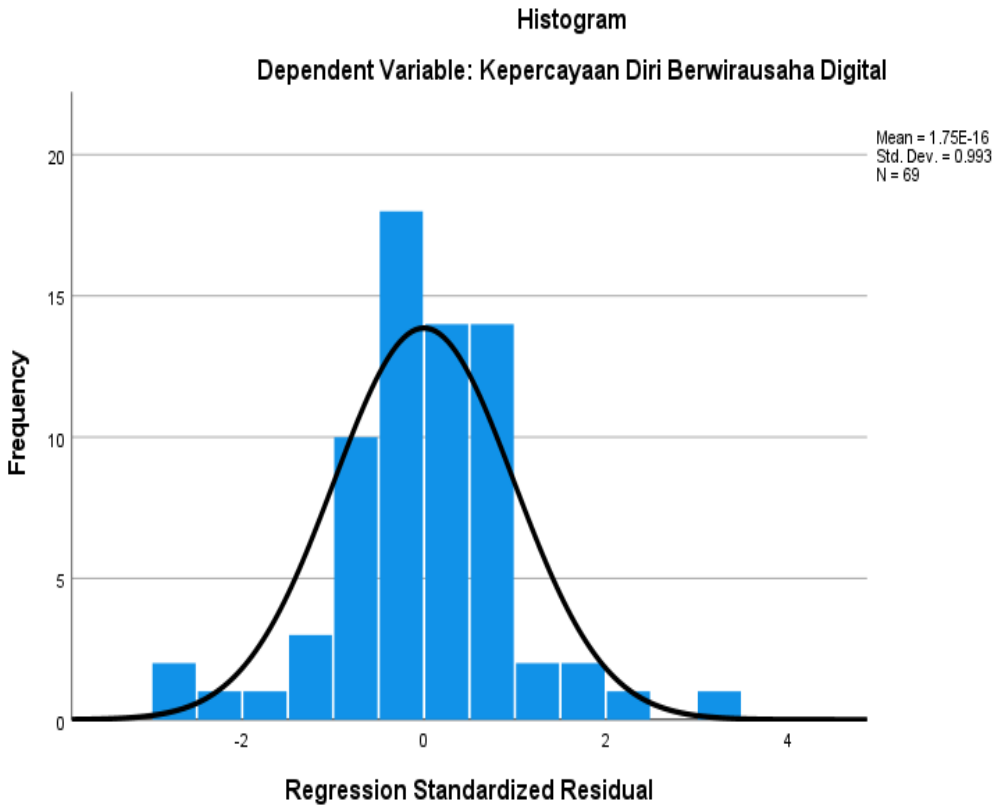
3. Uji Prasyarat Analisis

Uji prasyarat dilakukan sebelum pengujian regresi linear sederhana. Pengujian terdiri atas uji normalitas residual menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dan uji linearitas berdasarkan nilai *Deviation from Linearity*. Ringkasan hasil pengujian disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Prasyarat Analisis

Uji Prasyarat	Statistik yang Digunakan	Nilai Sig.	Kriteria	Hasil
Normalitas Residual	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	0,200	Sig. > 0,05	Residual berdistribusi normal
Linearitas X terhadap Y	Deviation from Linearity	0,073	Sig. > 0,05	Hubungan linear

Hasil uji normalitas pada Tabel 5 menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar daripada taraf signifikansi 0,05 sehingga residual model regresi memenuhi asumsi normalitas. Distribusi residual juga dapat ditampilkan melalui histogram uji normalitas apabila gambar keluaran SPSS dimasukkan ke dalam artikel.



Gambar 1. Histogram Distribusi Residual pada Uji Normalitas

Gambar 1 memperlihatkan distribusi residual yang digunakan sebagai visualisasi pendukung uji normalitas. Hasil pengujian statistik melalui *Kolmogorov-Smirnov Test* menghasilkan nilai signifikansi 0,200 > 0,05 sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 5.

Uji linearitas menghasilkan nilai signifikansi *Deviation from Linearity* sebesar 0,073. Nilai tersebut lebih besar daripada 0,05 sehingga hubungan antara keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan dan kepercayaan diri berwirausaha digital memenuhi asumsi linearitas. Hasil uji normalitas dan linearitas tersebut menunjukkan bahwa persyaratan yang digunakan dalam analisis regresi linear sederhana telah terpenuhi.

4. Pengaruh Keterlibatan Siswa dalam Pembelajaran Kewirausahaan terhadap Kepercayaan Diri Berwirausaha Digital

Pengujian pengaruh keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan terhadap kepercayaan diri berwirausaha digital dilakukan melalui analisis regresi linear sederhana. Hasil uji kelayakan model regresi dan pengujian hipotesis ditampilkan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana dan Uji Hipotesis

Pengujian	Nilai Statistik	Signifikansi	Hasil
Uji Model Regresi (F)	130,677	0,001	Signifikan
Uji Parsial (t)	11,431	< 0,001	Signifikan

Tabel 6 menunjukkan bahwa model regresi memperoleh nilai F sebesar 130,677 dengan tingkat signifikansi 0,001. Nilai signifikansi tersebut berada di bawah 0,05 sehingga model regresi yang digunakan signifikan secara statistik.

Hasil uji *t* menunjukkan nilai *t* hitung sebesar 11,431 dengan nilai signifikansi < 0,001. Nilai tersebut lebih kecil daripada taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, hasil pengujian membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan dengan kepercayaan diri berwirausaha digital pada siswa Jurusan Kecantikan SMK Negeri 6 Padang. Hipotesis penelitian yang menyatakan adanya pengaruh keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan terhadap kepercayaan diri berwirausaha digital dapat dibuktikan berdasarkan data penelitian yang ada.

Besarnya proporsi variasi kepercayaan diri berwirausaha digital yang dapat dijelaskan oleh variabel keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan dianalisis melalui koefisien determinasi. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Koefisien Determinasi (r^2)

Model	R Square (R^2)	Variasi yang Dijelaskan (%)	Variasi yang Tidak Dijelaskan Model (%)
X → Y	0,661	66,1	33,9

Berdasarkan Tabel 7, nilai koefisien determinasi (r^2) sebesar 0,661. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 66,1% variasi kepercayaan diri berwirausaha digital dapat dijelaskan oleh keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan pada model yang diuji. Sebesar 33,9% variasi pada variabel kepercayaan diri berwirausaha digital tidak dijelaskan oleh model penelitian ini.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan tiga temuan utama. Pertama, keterlibatan kognitif memperoleh nilai rata-rata tertinggi pada variabel keterlibatan siswa, yaitu 3,4990, sedangkan keterlibatan perilaku memiliki rata-rata terendah sebesar 3,1884. Kedua, indikator bertanggung jawab memiliki nilai rata-rata tertinggi pada kepercayaan diri berwirausaha digital sebesar 3,5688, sedangkan keyakinan terhadap kemampuan diri memperoleh rata-rata terendah sebesar 3,3261. Ketiga, analisis regresi menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan terhadap kepercayaan diri berwirausaha digital ($t = 11{,}431$; $p < 0{,}001$), dengan nilai r^2 sebesar 0,661.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan diri dalam berwirausaha secara digital pada siswa Jurusan Kecantikan di SMK Negeri 6 Padang. Temuan ini ditunjukkan oleh nilai *t* hitung sebesar 11,431 yang lebih besar daripada *t* tabel sebesar 1,996 dengan $p < 0{,}001$. Persamaan regresi $Y = 10{,}007 + 0{,}924X$ juga memperlihatkan arah hubungan yang positif, sehingga peningkatan keterlibatan siswa diikuti oleh peningkatan kepercayaan diri berwirausaha digital. Nilai r^2 sebesar 0,661 menunjukkan bahwa 66,1% variasi kepercayaan diri berwirausaha digital dapat dijelaskan oleh keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan, sedangkan 33,9% sisanya berkaitan dengan faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Hasil tersebut menegaskan bahwa pengalaman siswa selama mengikuti pembelajaran tidak hanya berkaitan dengan penguasaan materi kewirausahaan, tetapi juga dengan terbentuknya keyakinan untuk menggunakan kemampuan yang dimiliki ketika berhadapan dengan aktivitas usaha berbasis digital.

Temuan deskriptif memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai bentuk keterlibatan siswa. Keterlibatan kognitif memperoleh rata-rata tertinggi sebesar 3,4990, disusul keterlibatan emosional sebesar 3,4116 dan keterlibatan perilaku sebesar 3,1884. Pola tersebut menunjukkan bahwa siswa lebih kuat pada upaya memahami materi, mencari informasi, mempelajari referensi, dan memikirkan strategi yang berkaitan dengan aktivitas kewirausahaan dibandingkan dengan keterlibatan yang diwujudkan secara langsung melalui tindakan. Menurut kerangka *student engagement* yang dikemukakan Fredricks et al. (2004) keterlibatan siswa terdiri atas dimensi perilaku, emosional, dan kognitif yang saling berkaitan satu sama lain. Keterlibatan kognitif berkaitan dengan investasi psikologis siswa dalam belajar, penggunaan strategi, dan kesediaan memberikan usaha untuk memahami materi. Tingginya aspek kognitif pada penelitian ini menunjukkan bahwa siswa telah memiliki perhatian dan usaha yang cukup baik untuk memahami pembelajaran kewirausahaan, termasuk penggunaan media digital sebagai sarana promosi.

Keterlibatan perilaku yang memperoleh rata-rata paling rendah perlu dicermati karena pembelajaran kewirausahaan pada pendidikan vokasi tidak cukup apabila berhenti pada pemahaman konseptual. Aktivitas seperti membuat konten promosi, menampilkan portofolio, berkomunikasi dengan calon konsumen, menawarkan jasa, dan mencoba mengembangkan usaha memberikan kesempatan kepada siswa untuk menerjemahkan pengetahuan menjadi pengalaman nyata. Temuan ini sejalan dengan penelitian Khasanah & Pitaloka (2025), yang menunjukkan bahwa keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan berkaitan dengan munculnya sikap aktif, tanggung jawab, keberanian mengambil keputusan, serta ketertarikan terhadap kegiatan wirausaha. Penelitian Liu (2023) juga menemukan bahwa keterlibatan belajar yang tinggi dalam program kewirausahaan berkaitan dengan perkembangan kompetensi kewirausahaan yang lebih baik. Kedua penelitian tersebut memperkuat pandangan bahwa kualitas pembelajaran kewirausahaan tidak hanya ditentukan oleh materi yang diberikan, tetapi juga oleh sejauh mana siswa memperoleh ruang untuk berpartisipasi, berinteraksi, dan mengalami proses kewirausahaan secara langsung.

Kepercayaan diri berwirausaha digital pada penelitian ini juga memperlihatkan pola yang menarik. Indikator bertanggung jawab memperoleh rata-rata tertinggi sebesar 3,5688, diikuti rasional dan realistis sebesar 3,5109, objektif sebesar 3,4565, optimis sebesar 3,3986, dan keyakinan terhadap kemampuan diri sebesar 3,3261. Hasil tersebut menunjukkan bahwa siswa relatif mampu memahami tanggung jawab terhadap informasi, pelayanan, hasil *makeup*,

dan komunikasi dengan konsumen. Keyakinan untuk menampilkan kemampuan diri justru masih lebih rendah dibandingkan aspek lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan menjalankan suatu tanggung jawab belum selalu diikuti keberanian untuk memperkenalkan diri, menawarkan jasa, atau menampilkan hasil karya kepada khalayak melalui media sosial. Menurut Ghufron & Risnawita S. (2012), kepercayaan diri merupakan keyakinan seseorang terhadap kemampuan dirinya yang disertai dengan sikap optimis, objektif, bertanggung jawab, dan kemapuan berpikir rasional serta realistis. Rendahnya rata-rata pada aspek keyakinan terhadap kemampuan diri menunjukkan adanya ruang yang masih dapat diperkuat melalui pengalaman keberhasilan dan latihan yang lebih nyata. Temuan ini memperoleh penguatan dari Febrian Saputri & Yupelmi (2025) yang menemukan bahwa tingkat kepuasan dalam pengaplikasian *make-up* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan diri mahasiswa Tata Rias dan Kecantikan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengalaman dalam menguasai dan menilai hasil keterampilan tata rias dapat berkaitan dengan berkembangnya keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya.

Karakteristik kewirausahaan digital membuat keyakinan terhadap kemampuan diri semakin penting karena siswa berhadapan dengan ruang publik yang lebih terbuka. Siswa tata kecantikan tidak hanya dituntut menghasilkan riasan yang baik, tetapi juga berani menampilkan karya, menyusun portofolio digital, menerima tanggapan konsumen, berkomunikasi secara profesional, dan menghadapi perbandingan dengan karya pelaku usaha lain. Temuan ini memiliki kedekatan dengan penelitian Sekarini & Marlena (2020), yang menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha siswa dan bahwa efikasi diri memperkuat pengaruh tersebut. Meskipun efikasi diri dan kepercayaan diri merupakan konstruk yang tidak sepenuhnya sama, keduanya menempatkan keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya sebagai unsur penting ketika siswa hendak mengubah pengetahuan kewirausahaan menjadi tindakan. Dalam konteks bidang kecantikan, Oshima & Yupelmi (2025) juga menemukan adanya hubungan yang kuat dan signifikan antara *self-efficacy* dan minat wirausaha *makeup freelance*. Temuan tersebut semakin menunjukkan pentingnya keyakinan terhadap kemampuan diri ketika keterampilan tata rias diarahkan pada aktivitas kewirausahaan. Penelitian Hasmah et al. (2025) juga menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis proyek berpengaruh terhadap kepercayaan diri dan kesiapan berwirausaha siswa SMK. Kesamaan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman belajar yang menempatkan siswa sebagai pelaku aktif memberi kesempatan untuk mencoba kemampuan,

menghadapi tantangan, dan memperoleh pengalaman keberhasilan yang dapat memperkuat keyakinan diri.

Pengaruh positif keterlibatan siswa terhadap kepercayaan diri berwirausaha digital dapat dijelaskan melalui proses pengalaman belajar yang terjadi selama pembelajaran kewirausahaan. Siswa yang aktif berdiskusi, menyelesaikan tugas, mencari informasi, mengikuti praktik, membuat materi promosi, dan memperoleh umpan balik memiliki lebih banyak kesempatan untuk mengetahui kemampuan serta keterbatasan dirinya. Pengalaman tersebut memberikan dasar yang lebih konkret bagi terbentuknya rasa yakin dibandingkan pembelajaran yang hanya menempatkan siswa sebagai penerima informasi. Temuan ini juga memperluas hasil penelitian terdahulu yang lebih sering menghubungkan pembelajaran kewirausahaan dengan minat atau intensi berwirausaha. Sekarini & Marlena (2020), misalnya, berfokus pada minat berwirausaha, sedangkan penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan selama pembelajaran juga berhubungan secara langsung dengan aspek psikologis yang lebih spesifik, yaitu kepercayaan diri untuk menjalankan aktivitas kewirausahaan melalui media digital.

Konteks digital memperkuat relevansi hasil penelitian tersebut. Penelitian Duong et al. (2024) menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan digital berpengaruh positif terhadap *digital entrepreneurial self-efficacy* dan intensi kewirausahaan digital. Sejalan dengan hal tersebut, Vu et al. (2024) menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan digital memiliki keterkaitan yang positif dengan pengetahuan serta self-efficacy kewirausahaan digital. Temuan tersebut tidak dapat disamakan secara langsung dengan kepercayaan diri yang diukur dalam penelitian ini karena konstruk dan karakteristik respondennya berbeda. Arah temuannya tetap memberikan dukungan bahwa pengalaman pendidikan yang berkaitan dengan kewirausahaan digital dapat memperkuat keyakinan individu dalam menghadapi aktivitas usaha berbasis teknologi. Posisi penelitian ini menjadi lebih spesifik karena respondennya merupakan siswa SMK bidang kecantikan dan kepercayaan diri yang dikaji berhubungan dengan aktivitas nyata seperti menampilkan hasil riasan, menawarkan jasa *makeup*, berinteraksi dengan calon konsumen, dan menggunakan media sosial sebagai sarana promosi. Relevansi aktivitas tersebut juga didukung oleh Oktaviorin et al. (2024) yang menunjukkan bahwa *digital marketing* telah digunakan dalam pengembangan layanan salon kecantikan di Kota Padang. Hal ini memperlihatkan bahwa kemampuan memanfaatkan media digital memiliki keterkaitan langsung dengan praktik usaha pada sektor jasa kecantikan.

Kekhasan bidang kecantikan semakin terlihat ketika hasil penelitian dibandingkan dengan penelitian Sarah et al. (2025) mengenai *Project-Based Beautypreneurship*. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis proyek pada mahasiswa tata rias meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital dan keterlibatan belajar, dengan aktivitas belajar kelompok eksperimen mencapai 88%. Kesamaan konteks bidang kecantikan memberikan penguatan terhadap hasil penelitian ini bahwa pembelajaran kewirausahaan akan lebih bermakna ketika aktivitasnya dekat dengan praktik profesional yang kelak dilakukan peserta didik. Bagi siswa Jurusan Kecantikan, pengalaman kewirausahaan dapat diarahkan pada pembuatan portofolio digital, simulasi pelayanan pelanggan, pembuatan konten *before-after makeup*, penyusunan harga jasa, promosi melalui Instagram atau TikTok, komunikasi dengan calon pelanggan, serta evaluasi respons audiens. Hal tersebut sejalan dengan Agrestia et al. (2026) yang menunjukkan pentingnya pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan konten kecantikan sebagai bagian dari kompetensi pemanfaatan media digital pada bidang Tata Rias dan Kecantikan. Aktivitas semacam itu memungkinkan keterlibatan kognitif yang sudah relatif tinggi berkembang menjadi keterlibatan perilaku yang lebih kuat sekaligus memberi ruang bagi siswa untuk membangun keyakinan terhadap kemampuan dirinya.

Implikasi praktis penelitian ini mengarah pada pentingnya pembelajaran kewirausahaan yang memberi lebih banyak ruang bagi siswa untuk mengalami proses usaha secara autentik. Guru tidak hanya perlu memastikan siswa memahami konsep pemasaran atau kewirausahaan, tetapi juga memfasilitasi kegiatan yang memungkinkan mereka mencoba menawarkan nilai kepada konsumen, membuat dan mengelola akun usaha, menyusun materi promosi, mempresentasikan portofolio, merespons komentar pelanggan, serta melakukan evaluasi terhadap hasil kegiatan. Perhatian khusus perlu diberikan pada keterlibatan perilaku dan keyakinan terhadap kemampuan diri karena kedua indikator tersebut memperoleh rata-rata terendah pada masing-masing variabel. Pembelajaran berbasis proyek atau praktik *beautypreneurship* dapat menjadi salah satu alternatif untuk mempertemukan kompetensi tata rias dengan pengalaman bisnis digital. Kontribusi konseptual penelitian ini terletak pada temuan bahwa keterlibatan siswa dalam pembelajaran tidak hanya berkaitan dengan hasil akademik atau minat berwirausaha, tetapi juga dapat menjelaskan variasi kepercayaan diri siswa untuk mengaktualisasikan keterampilan vokasional melalui lingkungan usaha digital.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan ketika menafsirkan hasilnya. Responden hanya terdiri atas 69 siswa kelas XI Jurusan Kecantikan pada satu sekolah sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas pada

seluruh siswa SMK atau bidang keahlian lainnya. Data diperoleh melalui kuesioner *self-report*, sehingga jawaban responden dapat dipengaruhi oleh persepsi pribadi dan kecenderungan memberikan jawaban yang dianggap sesuai. Desain penelitian yang dilakukan pada satu periode pengukuran juga belum menggambarkan perubahan keterlibatan dan kepercayaan diri siswa dari waktu ke waktu. Model penelitian hanya memasukkan keterlibatan siswa sebagai variabel prediktor, sedangkan 33,9% variasi kepercayaan diri berwirausaha digital belum dijelaskan oleh model. Penelitian berikutnya dapat melibatkan beberapa sekolah dan bidang keahlian, menggunakan desain longitudinal atau kombinasi metode kuantitatif-kualitatif, serta menguji variabel lain seperti literasi digital, pengalaman praktik usaha, dukungan guru, efikasi diri kewirausahaan, pengalaman menggunakan media sosial, dukungan keluarga, atau intensitas praktik kewirausahaan. Pengembangan tersebut penting dilakukan agar diperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor pembentuk kepercayaan diri berwirausaha digital pada siswa pendidikan vokasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan diri berwirausaha digital pada siswa Jurusan Kecantikan di SMK Negeri 6 Padang. Hasil uji t menunjukkan nilai 11,431 dengan $p < 0{,}001$, sedangkan nilai r^2 sebesar 0,661 menunjukkan bahwa 66,1% variasi kepercayaan diri berwirausaha digital dapat dijelaskan oleh keterlibatan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan. Secara deskriptif, keterlibatan siswa lebih menonjol pada aspek kognitif, sedangkan keterlibatan perilaku memperoleh nilai rata-rata paling rendah. Pada variabel kepercayaan diri berwirausaha digital, aspek tanggung jawab menjadi indikator dengan nilai rata-rata tertinggi, sementara keyakinan terhadap kemampuan diri merupakan indikator terendah. Temuan tersebut menunjukkan bahwa siswa telah memiliki keterlibatan belajar dan tanggung jawab yang baik, tetapi masih memerlukan penguatan pada keberanian bertindak, menampilkan kemampuan, serta meyakini potensi diri dalam memanfaatkan media digital untuk kegiatan kewirausahaan.

Penelitian ini memberikan kontribusi empiris terhadap kajian pendidikan kewirausahaan, khususnya dengan menunjukkan bahwa keterlibatan siswa selama proses pembelajaran berperan dalam membentuk kepercayaan diri untuk menjalankan aktivitas wirausaha digital pada bidang kecantikan. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi dasar bagi sekolah dan guru untuk mengembangkan pembelajaran kewirausahaan yang lebih

partisipatif, berbasis praktik, dan dekat dengan aktivitas nyata seperti pembuatan portofolio digital, promosi jasa *makeup*, komunikasi dengan calon konsumen, dan pengelolaan media sosial usaha. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan responden dari beberapa sekolah dan bidang keahlian, menggunakan desain longitudinal atau pendekatan campuran, serta menguji variabel lain seperti literasi digital, efikasi diri kewirausahaan, pengalaman praktik usaha, dukungan guru, dukungan keluarga, dan intensitas penggunaan media sosial agar faktor-faktor yang membentuk kepercayaan diri berwirausaha digital dapat dipahami secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Agrestia, R., Saputra, I., Reflianto, & Thaitami, S. H. (2026). Students' knowledge and skills in beauty content creation: A descriptive study in higher education. *Jurnal Suluh Pendidikan, 14*(2), 447–457. https://jurnal.uhn.ac.id/index.php/jsp/article/view/2633

Al Hakim, S., & Muhibbulloh, M. Z. (2024). Self-concept in building student self-confidence. *Empatheia: Jurnal Psikologi, 1*(1), 24–30. https://ejournal.iainutuban.ac.id/index.php/empatheia/article/view/1217

Bahaw, P., Baboolal, A., Mack, A. J., & Carter-Rogers, K. (2024). Exposure to entrepreneurship education interventions reveal improvements to vocational entrepreneurial intent: A two-wave longitudinal study. *Discover Education, 3*, Article 145. https://doi.org/10.1007/s44217-024-00241-4

Duong, C. D., Ngo, T. V. N., Nguyen, T. P. T., Tran, N. M., & Pham, H. T. (2024). Digital entrepreneurial education and digital entrepreneurial intention: A moderated mediation model. *Social Sciences & Humanities Open, 10*, Article 101178. https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101178

Febrian Saputri, N., & Yupelmi, M. (2025). Pengaruh Tingkat Kepuasan dalam Pengaplikasian Make-Up terhadap Kepercayaan Diri bagi Mahasiswa Tata Rias dan Kecantikan. *Jurnal Pendidikan Tambusai, 9*(2), 21915–21923. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/30899

Fredricks, J. A., Blumenfeld, P. C., & Paris, A. H. (2004). School engagement: Potential of the concept, state of the evidence. *Review of Educational Research, 74*(1), 59–109. https://doi.org/10.3102/00346543074001059

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghufron, M. N., & Risnawita S., R. (2012). *Teori-Teori Psikologi.* Ar-Ruzz Media.

Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. *Technology Innovation Management Review, 7*(5), 44–51. https://doi.org/10.22215/timreview/1076

Hasmah, H., Syahrul, S., & Nur, H. (2025). Pengaruh Model Pembelajaran Berbasis Proyek terhadap Kepercayaan Diri dan Kesiapan Wirausaha Siswa Sekolah Menengah

Kejuruan. *Innovative: Journal of Social Science Research, 5*(3), 2651–2663. https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/19316

Hasnawati, H., Wahira, W., Sahabuddin, R., & Khaerani, K. (2024). Pelaksanaan Model Kewirausahaan dalam Dunia Pendidikan. *Nuansa Journal of Arts and Design, 8*(2), 16–22. https://ojs.unm.ac.id/Nuansa/article/view/68454/29877

Kamila, K., Rahman, M. F., & Feriady, M. (2024). Peran Keterlibatan Siswa dalam Memoderasi Pembelajaran Kewirausahaan, Prakerin, Kecerdasan Emosional terhadap Kompetensi Berwirausaha. *Equilibria Pendidikan: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi, 9*(1), 1–16. https://doi.org/10.26877/ep.v9i1.18793

Khasanah, N., & Pitaloka, L. K. (2025). Keterlibatan Siswa terhadap Pelaksanaan P5 dan Pembelajaran Kewirausahaan dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha di SMA Negeri 11 Semarang. *Business and Accounting Education Journal, 6*(1), 106–115. https://doi.org/10.15294/baej.v6i1.12698

Liu, M. (2023). How entrepreneurship programs foster students' study engagement and entrepreneurship competence: Insights from job demands-resources theory. *The International Journal of Management Education, 21*(3), Article 100890. https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100890

Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice, 41*(6), 1029–1055. https://doi.org/10.1111/etap.12254

Nguyen, P. N.-D., & Nguyen, H. H. (2024). Unveiling the link between digital entrepreneurship education and intention among university students in an emerging economy. *Technological Forecasting and Social Change, 203*, Article 123330. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123330

Oktaviorin, I. F., Oktarina, R., & Thaitami, S. H. (2024). Analisis Penerapan Layanan Digital Marketing terhadap Minat Berkunjung Ulang Konsumen pada Salon Kecantikan di Kota Padang. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 3*(2), 1081–1093. https://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/4130

Oshima, N., & Yupelmi, M. (2025). Hubungan Self-Efficacy dengan Dukungan Keluarga terhadap Minat Wirausaha Makeup Freelance Mahasiswa Departemen Tata Rias dan Kecantikan Universitas Negeri Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai, 9*(2), 22066–22074. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/31038

Purwanza, S. W. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. CV Media Sains Indonesia.

Rachmah, R. N., Pritasari, O., Lutfiati, D., & Usodoningtyas, S. (2022). Strategi Pemasaran Jasa Makeup melalui Media Sosial. *Jurnal Tata Rias, 11*(1), 66–74. https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-rias/article/view/44411

Sarah, R. A. P., Irsal, M. G., Ginelvi, H., Yani, I., Ramadani, L., & Zahra, W. (2025). Project-based beautypreneurship: Model Pembelajaran untuk Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Digital Mahasiswa Tata Rias. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar, 10*(4), 482–492. https://doi.org/10.23969/jp.v10i04.36319

Sekarini, E., & Marlena, N. (2020). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha yang Dimoderasi oleh Efikasi Diri pada Siswa Kelas XI BDP SMKN 2 Kediri. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 8*(1), 674–680. https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/32046

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suhardi, Y., Pragiwani, M., Zulkarnaini, Z., Darmawan, A., & Sakti, S. H. (2023). Kewirausahaan di Era Digital. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat, 5*(3), 229–236. https://doi.org/10.36407/berdaya.v5i3.1143

Susanto, A. (2012). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Siswa SMK. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana, 7*(1). https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/32943

Vu, T. H., Do, A. D., Ha, D. L., Hoang, D. T., Le, T. A. V., & Le, T. T. H. (2024). Antecedents of digital entrepreneurial intention among engineering students. *International Journal of Information Management Data Insights, 4*(1), Article 100233. https://doi.org/10.1016/j.jjimei.2024.100233

Yupelmi, M., Yulastri, A., Ganefri, Giatman, Effendi, H., & Muskhir, M. (2023). A comprehensive exploration of entrepreneurial strategies in the makeup and beauty industry: The role of social media marketing. *The Indonesian Journal of Computer Science, 12*(5), 2498–2513. https://doi.org/10.33022/ijcs.v12i5.3439