

Pelatihan Program *Digital Marketing* dan *E- Commerce* Sebagai Peningkatan Keterampilan Ekonomi Kreatif (Studi: Siswa *SMA Double Track* di Malang)

Raya Sulistyowati¹, Tri Sudarwanto², Dwi Yuli Rakhmawati³,
A'rasy Fahrullah⁴, Farij Ibadil Maula⁵, Angga Martha Mahendra^{6*},
Khoirotul Amaliyah⁷

¹⁻⁷ Universitas Negeri Surabaya

* anggamahendra@unesa.ac.id

Abstrak

Pendidikan berperan sebagai upaya membentuk perkembangan lahir dan batin, serta mengarahkan peradaban manusia ke arah yang lebih baik. Perubahan dalam kehidupan dan kontribusi terhadap perubahan dalam tatanan sosial berasal dari individu melalui pendidikan. Salah satu inisiatif unggulan pemerintah adalah program *Double Track*. Dalam program ini, ekstrakurikuler (Eksul) pada siswa SMA/MA menjadi keterampilan tambahan yang diberikan dengan ketentuan siswa minimal 1 tahun bergabung dengan eksul pilihan mereka. SMA Al-Maarif di Singosari, Kabupaten Malang, Jawa Timur, menerapkan program *Double Track*. Tantangan yang dihadapi SMA Al-Maarif, antara lain, kurangnya pelatihan tentang *digital marketing* dan *e-commerce*, serta belum maksimalnya pemanfaatan fasilitas yang mendukung program *Double Track*, terutama dalam pelatihan *digital marketing* dan *e-commerce*. Solusi yang diusulkan adalah pelatihan dan optimalisasi pemanfaatan fasilitas di SMA Al-Maarif, terutama dalam kegiatan *digital marketing* dan *e-commerce*, sebagai langkah peningkatan keterampilan ekonomi kreatif. Metode kegiatan melibatkan pengumpulan data visual dan verbal, termasuk data primer dan sekunder, yang akan dilanjutkan pada proses perancangan dan pelaksanaan.

Kata Kunci: pendidikan, *digital marketing*, *e-commerce*, *double track*

Pendahuluan

Pendidikan adalah suatu tahap pembelajaran di mana individu mengembangkan ketrampilan, kemampuan, dan pengetahuan yang tercermin dalam perilaku mereka. Pendidikan juga merupakan alat yang digunakan untuk mencapai kesempurnaan dan keseimbangan dalam perkembangan individu, sesuai dengan penelitian oleh Yuliah pada tahun 2020. Pendidikan merupakan usaha untuk mengembangkan aspek fisik dan mental individu menuju peradaban manusia yang lebih baik sesuai dengan sifat kodratnya. Pendidikan dipandang sebagai alat yang relevan guna menyiapkan generasi penerus yang menjadi pelaksana tugas di segala sektor pembangunan Indonesia yang berkualitas dan terampil. Melalui pendidikan juga menjadikan pelaku diri yang baik pada membentuk perubahan hidup dan penyumbang suatu perubahan tatanan sosial masyarakat. Hasil

pendidikan yang diharapkan siswa mempunyai kesadaran dan tanggung jawab sebagai warga negara dan tercapai. Menunjukkan kualitas dan tingkat hasil memperoleh tingkat kualitas hasil belajar belajar yang baik menjadi suatu tujuan pendidikan.

Pemenuhan pendidikan yang bermutu menjadi hal penting dalam mencapai tujuan pendidikan. *Double Track* program merupakan program pada SMA/MA di Jawa Timur melalui pemberian pembekalan ketrampilan secara pendampingan kepada peserta didik yang tidak melanjutkan ke perguruan tinggi dengan memanfaatkan kearifan local yang sesuai dengan visi sekolah. Program ini menjadi program unggulan yang dicanangkan oleh Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Timur berdasarkan pada Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 139 Tahun 2018, mengimplementasikan program *Double Track*. Program ini memberikan keterampilan tambahan kepada siswa SMA/MA dalam bentuk kegiatan ekstrakurikuler (Ekskul), dengan syarat bahwa siswa harus berpartisipasi dalam Ekskul yang mereka minati selama minimal 1 tahun. Siswa akan diberikan keahlian atau keterampilan teknologi yang akan menjadi aset penting setelah mereka lulus, membuka peluang kerja atau berwirausaha, terutama sejalan dengan perkembangan marketplace online dan E-commerce.



Gambar 1. Sekolah SMA Al'Maarif

SMA Al-Maarif, sebuah sekolah di Singosari, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur, melaksanakan program *Double Track*. Penyelenggaraan program *Double Track* ini mengikuti kebijakan Provinsi Jawa Timur yang memberikan siswa pembekalan keterampilan sejalan dengan pendidikan tinggi. SMA Al-Maarif secara kolektif menjalankan program ini dengan penuh komitmen, dengan harapan siswa dapat dengan cepat menyerap ilmu yang diberikan. Mereka juga menyelenggarakan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan siswa dalam mengembangkan potensi mereka. Implementasi program *Double Track* di SMA Al-Maarif bertujuan memberikan keterampilan dan semangat berwirausaha, serta meningkatkan kompetensi yang sesuai dengan bidang yang dipilih oleh siswa. Hal ini diharapkan akan menciptakan lulusan SMA yang siap terjun ke dunia kerja dan memberikan pengalaman khusus, terutama dalam sektor produk dan jasa dalam Ekonomi Kreatif, melalui pelatihan Digital Marketing dan E-Commerce.

Pelatihan *Digital Marketing* dan *E-Commerce* ini dapat di implementasikan oleh siswa SMA Al-Maarif dalam kegiatan kewirausahaan yang di mulai sejak dini, dimana pada era Digital 4.0 yang menuju 5.0 ini memungkinkan melakukan kegiatan kewirausahaan dengan menggunakan internet dan teknologi sehingga dapat di kontrol secara jarak jauh. Di era ini, Internet merupakan kebutuhan yang sangat penting dalam melakukan kewirausahaan misalnya dalam melakukan *Digital Marketing* dan *E-Commerce*. Namun, pada kenyataannya perkembangan internet yang cukup luas tidak diiringi dengan pengetahuan yang cukup oleh para penggunanya.

Memanfaatkan kecanggihan internet untuk menjangkau konsumen yang sangat luas, membuat siswa SD hingga SMA/SMK dapat memulai bisnis sedini mungkin. Terutama SMA Al-Maarif yang notabennya sudah mendapatkan program *Double Track*. Sehingga dengan adanya program pelatihan *Digital Marketing* dan *E-Commerce* ini para siswa dapat mendapatkan ilmu berbisnis dengan memanfaatkan teknologi digital.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menumbuhkan ketrampilan bagi siswa dalam menjangkau pemahaman dunia digital, khususnya *digital marketing*. Kegiatan ini ditujukan untuk menjelaskan pentingnya mengikuti era perkembangan jaman pada proses pemasaran yang dituntut siswa untuk lebih kreatif dan inovatif dalam memasuki dunia *marketing*. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi strategi dan metode yang efektif dalam mengajarkan materi pemasaran kepada siswa SMA Al-Maarif.

Dalam jurnal ini, fokus pembahasan mencakup berbagai aspek yang sangat relevan dengan pemasaran online. Mulai dari memahami peran krusial *Digital Marketing* dan *E-Commerce* dalam pembelajaran ekonomi di lingkungan sekolah hingga transformasi terbaru dalam *Digital Marketing* Era 5.0 yang mempengaruhi keterampilan ekonomi kreatif. Topik-topik lainnya mencakup strategi promosi melalui WhatsApp Bisnis, pemasaran di Marketplace Shopee, hingga penerapan *Affiliate Marketing* di Tiktok Shop.

Melalui pelaksanaan program ini, harapannya adalah dapat meningkatkan pemahaman siswa SMA terkait urgensi dan kompleksitas pemasaran digital. Sebagai unsur kunci dalam manajemen bisnis, pemasaran dihadirkan dalam jurnal ini sebagai suatu disiplin ilmu yang harus dikuasai oleh siswa. Dengan demikian, diharapkan pelatihan ini memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam merancang dan mengelola strategi pemasaran yang efektif.

Metode Pelaksanaan

Proses pengumpulan data terbagi menjadi pengumpulan data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer melibatkan sumber informasi seperti buku, artikel, jurnal, dan situs web yang berkaitan dengan *digital marketing* dan *e-commerce*. Pengumpulan data sekunder dilakukan melalui wawancara dengan staf pengajar dan siswa untuk mendapatkan informasi terkait *digital marketing* dan *e-commerce* di SMA Al-Maarif Singosari Malang.

Data yang diperoleh dari kedua kategori tersebut diolah untuk merancang materi pelatihan *digital marketing* dan *e-commerce* bagi siswa *double track* SMA Al-Maarif Singosari Malang. Tahap perancangan melibatkan pembuatan materi pelatihan dan penyusunan pedoman berdasarkan data primer dan sekunder. Pelaksanaan kegiatan

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) pada siswa double track SMA Al Maarif dilakukan dengan menghubungi pengurus yayasan dan kepala sekolah, pengumpulan informasi, dan pembuatan serta pelaksanaan materi pelatihan. Evaluasi program pelatihan juga menjadi langkah penting untuk memastikan keberhasilan implementasi digital marketing dan e-commerce pada siswa double track SMA Al-Maarif Singosari Malang.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pelatihan merupakan suatu kegiatan dalam mendukung kemauan dan kemampuan yang dimiliki untuk dikembangkan dan menciptakan suatu pengalaman yang berguna di masa depan. Tujuan dari adanya pelatihan adalah untuk menciptakan pencapaian kinerja yang sesuai standart. Pelatihan *Digital Marketing* dan *E-commerce* pada SMA Al-Maarif dilakukan pada tanggal 02 Agustus 2023 dengan tiga tahapan pelatihan.

Pelatihan 1: Pendahuluan

Pada tanggal 02 Agustus 2023, pelatihan pertama dilaksanakan secara daring. Kegiatan ini dimulai dengan pengenalan tujuan, manfaat, sasaran, dan tolak ukur kegiatan. Selain itu, dijelaskan pula teori dasar digital marketing dan E-Commerce sebagai persiapan untuk pelatihan berkelanjutan. Empat topik materi utama dibahas pada pelatihan pertama ini.

Pertama, Dr. Tri Sudarwanto, S.Pd., M.Pd., mempresentasikan materi mengenai pentingnya Digital Marketing dan E-Commerce dalam pembelajaran Ekonomi di Sekolah. Materi ini membahas definisi, jenis, manfaat, dan penerapan digital marketing, khususnya dalam konteks pendidikan ekonomi.



Gambar 2. Dokumentasi Pembukaan Acara

Selanjutnya, Dwi Yuli Rakhmawati, S.Si., M.Si., Ph.D., membahas peran Digital Marketing sebagai peningkatan usaha. Materi ini mencakup perkembangan dunia usaha melalui digital marketing, tren pada tahun 2023, strategi, serta contoh penerapan pentingnya digital marketing dalam era sekarang.

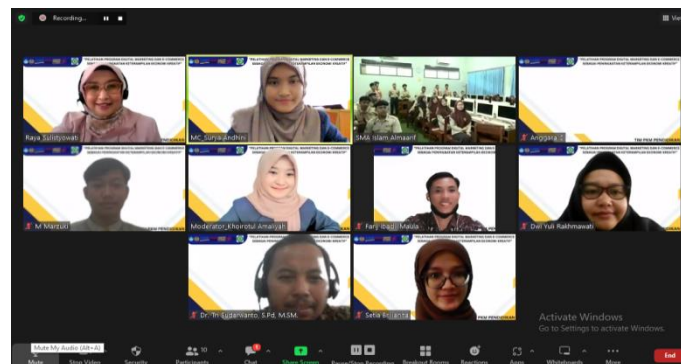
Dr. Farij Ibadil Maula, S.Pd., M.Pd, MM., membawakan materi mengenai Transformasi Digital Marketing Era 5.0 untuk Mengembangkan Pemasaran dan Promosi Melalui Whatsapp Bisnis. Materi mencakup tujuan, target pasar, pembuatan konten menarik, pengaturan jadwal posting di WhatsApp Bisnis, dan penghitungan budget dengan alat digital. Terakhir, Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd., memberikan materi tentang Digital

Marketing dan Promosi Melalui marketplace Shopee. Materi membahas cara pemasaran melalui Shopee, mulai dari tahapan, kelebihan, kelemahan, hingga cara beriklan agar produk mendapat peringkat tinggi di Search Engine Optimization (SEO).



Gambar 3. Pembekalan Materi Pelatihan

Setelah keempat materi tersebut, dilakukan sesi tanya jawab yang diikuti dengan antusiasme siswa SMA Al-Maarif. Pertanyaan mencakup berbagai aspek digital marketing, termasuk cara mengaktifkan WhatsApp Biasa menjadi WhatsApp Bisnis. Semua pertanyaan dijawab oleh Tim PKM-Pendidikan. Kegiatan ditutup dengan foto bersama sebagai dokumentasi kegiatan. Seluruh pelatihan ini memberikan pemahaman mendalam kepada siswa, membekali mereka dengan pengetahuan dan keterampilan dalam menghadapi era digital serta mendukung pengembangan usaha melalui platform digital.



Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan

Pelatihan 2: Pelatihan Langsung

Pada tanggal 08 Agustus 2023, pelatihan kedua dilaksanakan secara langsung di SMA Islam Al-Maarif, Singosari, Malang. Fokus pelatihan pada pertemuan ini adalah "Transformasi Digital Marketing Era 5.0 dalam Peningkatan Ketrampilan Ekonomi Kreatif" dan "Pelatihan Digital Marketing dengan Affiliate E-Commerce Tiktok Shop."

Terdapat dua sesi pelatihan yang dilakukan pada SMA Islam Al-Maarif, Singosari, Malang. Sesi pertama, "Transformasi Digital Marketing Era 5.0 dalam Peningkatan Ketrampilan Ekonomi Kreatif," dipresentasikan oleh Dr. Farij Ibadil Maula, S.Pd., M.Pd, MM. Materi mencakup pembekalan dan studi kasus terkait digital marketing.



Gambar 5. Pelatihan Transformasi digital marketing era 5.0

Sesi kedua, "Pelatihan Digital Marketing dengan Affiliate E-Commerce Tiktok Shop," disampaikan oleh Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd. Materi membahas keuntungan menggunakan Affiliate Tiktok untuk peningkatan pemasaran, dengan sesi praktik pembuatan akun Affiliate Tiktok dan live penjualan Tiktok yang melibatkan Mahasiswa FEB yang telah sukses berjualan melalui Tiktok Shop.



Gambar 6. Pembekalan Materi Affiliate E-Commerce Tiktok Shop



Gambar 7. Praktik melakukan Live Tiktok untuk penjualan

Setelah pembekalan dan praktik, dilakukan sesi tanya jawab dan pengisian formulir kepuasan pelatihan. Data yang diambil menunjukkan bahwa 85% siswa merasa puas dan

terbantu oleh pelatihan ini, memandangnya sebagai bekal berharga untuk memulai bisnis setelah lulus kuliah.

Pelatihan ini diakhiri dengan penugasan kepada peserta, yaitu pembuatan akun media sosial untuk usaha, dan diabadikan dengan foto bersama sebagai kenangan dan penutupan kegiatan. Dengan demikian, pelatihan ini memberikan wawasan mendalam dan keterampilan praktis kepada siswa SMA Al-Maarif dalam menghadapi tantangan era digital.



Gambar 8. Dokumentasi Pelatihan kedua

Pendampingan dan Review Hasil

Pendampingan dilakukan oleh Tim PKM Pendidikan terkait perbaikan hasil penugasan pelatihan. Kegiatan ini berupa diskusi interaktif melalui group pelatihan dan pertemuan online untuk melihat hasil dan kesulitan apa yang dihadapi oleh peserta pelatihan. Dari 37 siswa yang mengikuti pelatihan dihasilkan 35 siswa memahami dan menyelesaikan penugasan. Siswa yang mengerjakan tersebut yakni: Adonis Aghnanda Belva, Aisyul Jazilah, Muhammad Farrukh, Nadia Rizky Ramadhani, Putra Rahul Gusriansyah, Burhanuddin, Danish Rifky Aqila, Harya Bagus Pilar Pramudya, Keysa Cahya Julinda, Wildan Aziz, Alifiah Cahya Najihah, Alya Mukhbitha Muqsithah, Awintama Mutia Kabalmay, M. Ilham Maulana Rizky, Miftachussa'adah Hoiriyah, Rizky Khairi Sakha, Anggi Aulia Puri Mahardika, Ferdian Farell Firdaus, Maulana Aulia Zaki, Nur Salimatul Aqliyah, Safira Nurul Maghfirah, Wandhira Dharu Kiswara, Aini Arivia, Ananda Rifki Ramadani, Aulia Ziyadatur Rahmah, Ayu Chotijah.

Evaluasi

Evaluasi ini dilakukan antara tim PKM Pendidikan dengan perwakilan mitra dengan melihat angket respon peserta dan hasil pengerjaan penugasan peserta dan hasil dari keaktifan pada saat praktek kegiatan. Serta terciptanya masukan dan saran dari kegiatan pelatihan yang dilakukan oleh tim PKM Pendidikan Unesa. Selain itu, terdapat kebermanfaatan dalam Program pelatihan dengan tema "Transformasi Digital Marketing Era 5.0 dalam Peningkatan Ketrampilan Ekonomi Kreatif" yakni memberikan manfaat yang signifikan dengan membawa siswa SMA ke tingkat pemahaman yang lebih mendalam tentang evolusi terkini dalam dunia pemasaran digital. Melalui pemahaman ini, siswa dapat mengembangkan ketrampilan ekonomi kreatif yang relevan dengan kebutuhan

pasar saat ini. Transformasi ke era 5.0 memberikan perspektif baru tentang bagaimana pemasaran dapat dioptimalkan dengan teknologi terkini, memberikan pondasi yang kokoh bagi siswa untuk bersaing di dunia bisnis yang semakin digital

Di sisi lain, pelatihan "Digital Marketing dengan Affiliate E-Commerce Tiktok Shop" tidak hanya memberikan wawasan tentang keberlanjutan bisnis online melalui TikTok Shop tetapi juga memberikan keterampilan praktis dalam mengimplementasikan strategi pemasaran melalui model Affiliate Marketing. Dengan demikian, siswa tidak hanya memahami teori tetapi juga memiliki kemampuan praktis untuk terlibat dalam pemasaran online, yang kini menjadi semakin relevan dalam perekonomian digital. Pelatihan ini memberikan kebermanfaatan konkret dengan membekali siswa dengan ketrampilan yang dapat diterapkan secara langsung dalam konteks bisnis modern, terutama dalam memanfaatkan platform populer seperti TikTok untuk keperluan pemasaran dan perdagangan online.

Kesimpulan

Mencapai tujuan pendidikan menjadi suatu hal yang sangat krusial dengan memastikan mutu pendidikan yang diberikan. Inisiatif unggulan seperti Program Double Track, yang diselenggarakan oleh Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Timur berdasarkan Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 139 Tahun 2018, menjadi langkah strategis dalam meningkatkan kualitas pendidikan. Sebagai bagian dari dukungan terhadap program tersebut, Tim PKM Pendidikan dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya (Unesa) menggelar pelatihan dalam bidang digital marketing dan E-Commerce. Kegiatan ini merupakan bagian integral dari Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan fokus pada siswa Double Track di SMA Islam Al-Maarif Singosari Malang.

Pelaksanaan PKM ini berlangsung sesuai perencanaan, mendapatkan dukungan dan antusiasme tinggi dari para siswa. Pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman dan pengetahuan peserta mengenai program Digital Marketing dan E-Commerce, memberikan landasan yang kokoh untuk meningkatkan keterampilan di bidang Ekonomi Kreatif. Selain itu, peserta berhasil meningkatkan kemampuan berwirausaha sesuai dengan tuntutan era yang sesuai dan terkini, mempersiapkan mereka dengan pengetahuan pemasaran online yang relevan.

Hasil evaluasi menyajikan beberapa saran konstruktif. Pertama, ditekankan perlunya siswa SMA Islam Al-Maarif Singosari Malang membiasakan penggunaan berbagai marketplace dan e-commerce dalam kehidupan sehari-hari untuk memperluas pengetahuan dan pengalaman mereka. Kedua, disarankan adanya kegiatan berkelanjutan seperti pelatihan dan workshop secara berkala untuk terus meningkatkan kemampuan hardskill siswa dalam melaksanakan proses pembelajaran. Terakhir, saran untuk melanjutkan pelatihan secara tatap muka guna memastikan optimalitas penyampaian materi dan interaksi antara peserta dan pembicara. Dengan demikian, pelaksanaan kegiatan ini memberikan kontribusi yang berarti dalam mendukung mutu pendidikan dan persiapan siswa menghadapi tantangan era digital.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian Pengembangan dan Pengabdian Masyarakat (LP3M) Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya selaku pemberi dukungan dana skema Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Tahun Anggaran 2023, SMA Islam Al Maarif Siongosari Malang serta semua pihak yang ikut berpartisipasi dalam pelaksanaan kegiatan ini.

Referensi

- Anjum, T., Heidler, P., Amoozegar, A., & Anees, R. T. (2021). The impact of entrepreneurial passion on the entrepreneurial intention; moderating impact of perception of university support. *Administrative Sciences*, 11(2).
<https://doi.org/10.3390/admsci11020045>
- Appelhoff, D., Mauer, R., Collewaert, V., & Brettel, M. (2016). The conflict potential of the entrepreneur's decision-making style in the entrepreneur-investor relationship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(2), 601–623.
<https://doi.org/10.1007/s11365-015-0357-4>
- Ayed, T. L. (2020). Extending the debate over entrepreneurial education effectiveness: the case of a Saudi university. *Education and Training*, 62(7–8), 805–823.
<https://doi.org/10.1108/ET-12-2019-0273>
- Baltes, P. L. (2015). Content marketing – the fundamental tool of digital marketing. Bulletin of the Transilvania University of Brasov. *Economic Sciences*, 2(8), 111–118.
http://webbut.unitbv.ro/BU2015/Series V/BILETIN I/15_Patrutiu.pdf
- Bignetti, B., Santos, A. C. M. Z., Hansen, P. B., & Henriqson, E. (2021). The influence of entrepreneurial passion and creativity on entrepreneurial intentions. *Revista de Administracao Mackenzie*, 22(2). <https://doi.org/10.1590/1678-6971/ERAMR210082>
- Biraglia, A., & Kadile, V. (2017). The Role of Entrepreneurial Passion and Creativity in Developing Entrepreneurial Intentions: Insights from American Homebrewers. *Journal of Small Business Management*, 55(1), 170–188.
<https://doi.org/10.1111/jsbm.12242>
- Halim, S. A. (2021). Pengaruh Passion Dan Lingkungan Kerja Non Fisik Terhadap Kinerja Mahasiswa Dalam Menjalankan Bisnis. *Performa*, 4(4), 602–611.
<https://doi.org/10.37715/jp.v4i4.1672>
- Li, L., & Wu, D. (2019). Entrepreneurial education and students' entrepreneurial intention: does team cooperation matter? *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1).
<https://doi.org/10.1186/s40497-019-0157-3>
- Lian, F., & Y, C. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617.
- Martínez-González, J. A., Kobylinska, U., García-Rodríguez, F. J., & Nazarko, L. (2019). Antecedents of entrepreneurial intention among young people: Model and regional evidence. *Sustainability*, 11(24), 1–29. <https://doi.org/10.3390/su11246993>
- Maula, D. A. (2021). Implementasi Kebijakan Program Double Track di SMA Negeri 1 Tongas Kabupaten Probolinggo. *Journal Pedagogi*.

- Ramadhan, R. (2017, November 17). 3 Hal Yang Perlu Kamu Tahu Tentang Sekolah Double Track, Sistem Yang Menggabungkan SMA dan SMK. Retrieved from <https://hai.grid.id/read/07602201/3-hal-yang-perlu-kamu-tahu-tentang-sekolah-double-track-sistem-yang-menggabungkan-sma-dan-smk>
- Ratu, E. P., & Tulung, J. E. (2022). The Impact of Digital Marketing, Sales Promotion, and Electronic Word of Mouth on Customer Purchase Intention at Tiktok Shop. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 149–158.
- Roosa, M. (2021, Oktober 14). SMA Double Track Siap Cetak Siswa Menjadi Start up Entrepreneur. Retrieved from: <https://www.suarasurabaya.net/kelanakota/2021/sma-double-track-siap-cetak-siswa-%20menjadi-start-up-entrepreneur/>
- SekolahKita. (2022, April 16). SMAS ISLAM AL-MAARIF SINGOSARI. Retrieved from data.sekolah-kita.net
- Serli Oktapiani, Sri Andriani, Hartini, Putri Reno Kemala Sari, & Muhammad Nur Fietroh. (2022). Meningkatkan Young Enterprenership Dan Creative Enterprenership Di Smkn 2 Sumbawa Besar. *Mafaza: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 83–92. <https://doi.org/10.32665/mafaza.v2i1.445>
- Syed, I., Butler, J. C., Smith, R. M., & Cao, X. (2020). From entrepreneurial passion to entrepreneurial intentions: The role of entrepreneurial passion, innovativeness, and curiosity in driving entrepreneurial intentions. *Personality and Individual Differences*, 157, 109758. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109758>
- Yasir, N., Xie, R., & Zhang, J. (2022). The Impact of Personal Values and Attitude toward Sustainable Entrepreneurship on Entrepreneurial Intention to Enhance Sustainable Development: Empirical Evidence from Pakistan. *Sustainability*, 14(11). <https://doi.org/10.3390/su14116792>
- Yulikah, A. F. (2021). Implementation of Islamic Entrepreneurship Concept in Double Track SMA Program. *Indonesian Economic Review*, 1(2), 98-108.