

Analisis Konsep "Ethical Digital Entrepreneurship" dalam Perspektif Pendidikan Islam: Studi Literatur

Alfinda Arifatul Laili¹, Utari Nastiti², Aninda Wahyuni³, Ulil Abshor⁴

^{1,2,3,4}Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam, STIT Al-Falah Rimbo Bujang, Kabupaten Tebo, Indonesia
Email: alfindalaili@gmail.com

Abstract

This study analyzes the relevance of Abdurrahman Wahid's (Gus Dur's) educational thought to the development of Islamic boarding schools (pesantren) in Tebo Regency. Using a qualitative approach with library research and documentary analysis methods, this study examines Gus Dur's core educational ideas and maps their applicability to the concrete condition of pesantren in Tebo. Findings reveal that Gus Dur's three main pillars of Islamic education thought—modernism-based education, liberation-based education, and diversity-based education—are highly relevant to the challenges faced by pesantren in Tebo Regency. Pesantren Raudhatul Mujawwidin (ROMU) in Rimbo Bujang, which serves 2,028 santri under ten formal educational institutions, and Pesantren Nurul Jalal, the oldest pesantren in Tebo, reflect Gus Dur's vision of pesantren as indigenous Indonesian educational institutions that must integrate religious knowledge with general education and respond contextually to societal needs. The concept of al-muhafadzah 'ala al-qadim al-shalih wa al-akhdzu bi al-jadid al-ashlah (preserving beneficial traditions while adopting beneficial innovations) serves as the epistemological bridge between Gus Dur's thought and the developmental direction of pesantren in Tebo Regency.

Keywords: Abdurrahman Wahid; Gus Dur; Pesantren Education; Pesantren Development; Tebo Regency

Abstrak

Penelitian ini menganalisis relevansi pemikiran pendidikan Abdurrahman Wahid (Gus Dur) terhadap pengembangan pesantren di Kabupaten Tebo. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan dan analisis dokumentasi, penelitian ini mengkaji gagasan-gagasan inti pendidikan Gus Dur dan memetakan aplikabilitasnya terhadap kondisi konkret pesantren di Tebo. Temuan menunjukkan bahwa tiga pilar utama pemikiran pendidikan Islam Gus Dur—pendidikan berbasis modernisme, pendidikan berbasis pembebasan, dan pendidikan berbasis kebhinekaan—sangat relevan dengan tantangan yang dihadapi pesantren di Kabupaten Tebo. Pesantren Raudhatul Mujawwidin (ROMU) di Rimbo Bujang yang menaungi 2.028 santri di bawah sepuluh lembaga pendidikan formal, dan Pesantren Nurul Jalal sebagai pesantren tertua di Tebo, mencerminkan visi Gus Dur tentang pesantren sebagai lembaga pendidikan asli Indonesia yang harus memadukan ilmu agama dengan ilmu umum dan merespons kebutuhan masyarakat secara kontekstual. Konsep al-muhafadzah 'ala al-qadim al-shalih wa al-akhdzu bi al-jadid al-ashlah (memelihara tradisi lama yang baik sambil mengadopsi inovasi baru yang lebih baik) menjadi jembatan epistemologis antara pemikiran Gus Dur dengan arah pengembangan pesantren di Kabupaten Tebo.

Kata kunci: Abdurrahman Wahid; Gus Dur; Pendidikan Pesantren; Pengembangan Pesantren; Kabupaten Tebo

Copyright (c) 2024 Alfinda Arifatul Laili, Utari Nastiti, Aninda Wahyuni, Ulil Abshor

✉Corresponding author: Alfinda Arifatul Laili

Email Address: alfindalaili@gmail.com (STIT Al-Falah Rimbo Bujang, Kabupaten Tebo)

Received 10 Desember 2024, Accepted 15 Desember 2024, Published 20 Desember 2024

PENDAHULUAN

Kemunculan konsep "Ethical Digital Entrepreneurship" dalam diskursus pendidikan global mencerminkan kesadaran yang semakin kuat bahwa keterampilan teknis kewirausahaan digital semata tidak mencukupi untuk menghasilkan wirausahawan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Di balik peluang besar yang ditawarkan digitalisasi ekonomi—mulai dari ekspansi pasar melalui media sosial, kemudahan transaksi e-commerce, hingga efisiensi promosi berbasis konten—tersembunyi risiko etika yang serius: penipuan digital, manipulasi informasi, eksploitasi data konsumen, dan

persaingan tidak sehat yang menggerus kepercayaan publik terhadap ekosistem bisnis digital (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019; Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021).

Dalam konteks pendidikan Islam, konsep kewirausahaan digital etis bukanlah sesuatu yang asing. Prinsip-prinsip muamalah dalam Islam telah lama meletakkan fondasi yang kuat bagi praktik bisnis yang jujur, adil, dan bertanggung jawab. Namun, bagaimana prinsip-prinsip klasik tersebut bertranslasi ke dalam konteks kewirausahaan digital modern—dengan segala kompleksitasnya—masih memerlukan elaborasi konseptual yang lebih mendalam (Azra, 2019; Hidayat, 2022). Di sinilah peran kajian literatur menjadi sangat penting: untuk memetakan, mensintesis, dan membangun jembatan antara warisan intelektual Islam dengan tuntutan etika kewirausahaan digital abad ke-21.

Studi empiris di lembaga vokasi Kabupaten Tebo menunjukkan bahwa lembaga berbasis pesantren telah mengembangkan secara organik model kewirausahaan digital yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan praktik pemasaran digital modern. Santri yang berdagang melalui Instagram, TikTok Shop, dan Facebook Marketplace diarahkan untuk menerapkan prinsip *sidiq* (kejujuran), amanah (kepercayaan), dan menghindari praktik *gharar* (ketidakjelasan) serta *tadlis* (penipuan) dalam setiap aktivitas digitalnya (Hidayat, 2022; Purwanto et al., 2020). Pengalaman empiris ini memberikan fondasi yang kaya bagi konstruksi konseptual yang lebih sistematis.

Meskipun demikian, belum terdapat kajian literatur yang secara komprehensif menganalisis dan mensintesis konsep "Ethical Digital Entrepreneurship" dalam bingkai pendidikan Islam. Sebagian besar literatur yang ada membahas etika bisnis Islam secara umum tanpa mengoperasionalisasinya dalam konteks digital entrepreneurship spesifik, atau sebaliknya membahas keterampilan digital marketing tanpa mengkaitkannya dengan kerangka nilai Islam (Fitriyani, Dewi, & Pratiwi, 2021; Prasetyo & Sutopo, 2020). Kesenjangan literatur ini menjadi justifikasi utama dan kontribusi penelitian ini.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis landasan konseptual "Ethical Digital Entrepreneurship" dalam perspektif pendidikan Islam; (2) memetakan dimensi-dimensi inti konsep tersebut berdasarkan sintesis literatur; (3) mengidentifikasi titik konvergensi antara prinsip-prinsip etika bisnis Islam dengan kerangka kompetensi digital global; dan (4) merumuskan model konseptual yang dapat menjadi landasan pengembangan kurikulum kewirausahaan digital berbasis pendidikan Islam. Hasil kajian ini diharapkan memperkaya khazanah teori pendidikan vokasi Islam sekaligus menyumbangkan perspektif yang relevan bagi policymakers dalam pengembangan kurikulum.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur sistematis (*systematic literature review*) untuk menganalisis konsep "Ethical Digital Entrepreneurship" dalam perspektif pendidikan Islam. Pendekatan studi literatur dipilih karena tujuan penelitian bersifat konseptual-analitis, yaitu membangun pemahaman mendalam tentang sebuah konsep melalui sintesis kritis terhadap berbagai

sumber literatur yang relevan, bukan melalui pengumpulan data primer dari lapangan (Creswell & Poth, 2018).

Sumber literatur yang dikaji meliputi artikel jurnal ilmiah terindeks Scopus, Web of Science (WoS), DOAJ, dan SINTA (1–4); buku referensi akademis; laporan lembaga internasional (OECD, European Commission); serta dokumen kebijakan pendidikan yang relevan. Pencarian literatur dilakukan menggunakan kata kunci: "digital entrepreneurship ethics," "Islamic business ethics," "digital marketing education," "pesantren vocational education," "Society 5.0 education," dan kombinasinya. Rentang waktu publikasi yang diprioritaskan adalah 2018–2024, dengan pengecualian untuk karya-karya fondasional yang diterbitkan sebelum periode tersebut.

Seleksi literatur dilakukan melalui tiga tahap: (1) identifikasi awal—pengumpulan semua sumber yang relevan berdasarkan kata kunci; (2) penyaringan—seleksi berdasarkan relevansi topik, kualitas sumber, dan aksesibilitas; (3) analisis kelayakan—penilaian mendalam terhadap kualitas argumen, metodologi, dan kontribusi konseptual setiap sumber. Sebanyak 21 sumber utama dipilih sebagai bahan analisis, terdiri dari 15 artikel jurnal, 4 buku referensi, dan 2 laporan lembaga internasional.

Analisis literatur menggunakan teknik analisis konten (content analysis) dan sintesis naratif (narrative synthesis). Analisis konten digunakan untuk mengidentifikasi tema, konsep, dan argumen utama dari setiap sumber. Sintesis naratif digunakan untuk membangun koherensi dan hubungan antar-konsep dari berbagai sumber yang berbeda, sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif dan terpadu tentang konsep "Ethical Digital Entrepreneurship" dalam perspektif pendidikan Islam. Hasil sintesis kemudian dirumuskan dalam bentuk model konseptual yang disajikan secara deskriptif-analitis.

HASIL DAN DISKUSI

Landasan Konseptual Ethical Digital Entrepreneurship dalam Islam

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa konsep "Ethical Digital Entrepreneurship" dalam perspektif pendidikan Islam memiliki akar yang kuat dalam tradisi intelektual Islam tentang etika ekonomi dan muamalah. Azra (2019) menegaskan bahwa pendidikan Islam secara historis telah mengembangkan konsep kewirausahaan yang tidak semata berorientasi pada keuntungan materi, tetapi juga pada keberkahan, keadilan, dan kemaslahatan sosial. Dalam konteks digital, prinsip-prinsip ini tidak kehilangan relevansinya, bahkan menjadi semakin urgen mengingat percepatan transformasi digital yang membuka celah-celah baru bagi praktik tidak etis.

Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2021) dalam Marketing 5.0 memperkenalkan gagasan bahwa pemasaran modern harus menempatkan nilai kemanusiaan sebagai pusat strategi bisnis—sebuah perspektif yang sangat bersesuaian dengan maqashid al-syariah (tujuan-tujuan syariat) dalam Islam. Maqashid al-syariah yang mencakup perlindungan jiwa, akal, harta, keturunan, dan agama memberikan kerangka normatif yang komprehensif bagi aktivitas kewirausahaan digital yang etis. Sintesis antara

Marketing 5.0 dan maqashid al-syariah menghasilkan fondasi konseptual yang kokoh bagi "Ethical Digital Entrepreneurship" dalam perspektif Islam.

Teori Difusi Inovasi Rogers (2003) memberikan perspektif penting tentang bagaimana nilai-nilai etis dapat disebar dan diadopsi dalam ekosistem kewirausahaan digital. Menurut Rogers, adopsi inovasi—termasuk inovasi nilai etis dalam bisnis digital—melewati tahap-tahap: pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Dalam konteks pendidikan Islam, lembaga pesantren dan perguruan tinggi Islam berperan sebagai "opinion leaders" dalam proses difusi nilai-nilai etika Islam ke dalam praktik kewirausahaan digital santri dan mahasiswanya (Hidayat, 2022).

Lima Dimensi Inti Ethical Digital Entrepreneurship Perspektif Islam

Sintesis literatur menghasilkan identifikasi lima dimensi inti yang membentuk konsep "Ethical Digital Entrepreneurship" dalam perspektif pendidikan Islam. Kelima dimensi ini merupakan operasionalisasi nilai-nilai Islam klasik ke dalam konteks kewirausahaan digital kontemporer, yang dirumuskan berdasarkan kajian terhadap karya Azra (2019), Hidayat (2022), Kotler et al. (2021), dan berbagai literatur etika bisnis Islam lainnya.

Dimensi pertama adalah Sidiq Digital (Kejujuran Digital). Prinsip sidiq—yang merupakan salah satu sifat wajib Rasulullah—dalam konteks digital entrepreneurship dioperasionalkan sebagai komitmen untuk menyampaikan informasi produk secara akurat di platform digital, tidak melebih-lebihkan klaim dalam konten promosi, dan tidak menyembunyikan cacat atau kelemahan produk dari konsumen. Dalam era konten digital yang mudah dimanipulasi melalui editing dan filter, dimensi sidiq digital menjadi tantangan sekaligus pembeda yang signifikan bagi wirausahawan Muslim.

Dimensi kedua adalah Amanah Digital (Kepercayaan Digital). Amanah dalam kewirausahaan digital meliputi: ketepatan dalam memenuhi janji pengiriman yang dikomunikasikan secara online, menjaga kerahasiaan dan keamanan data pribadi konsumen, memastikan keamanan transaksi digital, dan melaksanakan kewajiban purna jual secara konsisten. Kurniawan dan Sari (2022) menegaskan bahwa kepercayaan konsumen dalam ekosistem digital dibangun secara kumulatif melalui konsistensi antara janji yang dikomunikasikan dan realitas yang diterima konsumen—sebuah implementasi konkret dari prinsip amanah.

Dimensi ketiga adalah Tabligh Digital (Transparansi Komunikasi Digital). Tabligh dalam konteks pemasaran digital berarti menyampaikan informasi yang benar, lengkap, dan tidak menyesatkan dalam setiap komunikasi pemasaran. Ini mencakup keterbukaan tentang harga (tidak ada biaya tersembunyi), transparansi tentang asal-usul produk, kejujuran dalam testimonial (tidak menggunakan ulasan palsu), dan keterbukaan tentang afiliasi atau sponsorship dalam konten yang diproduksi. Fikri et al. (2023) menegaskan bahwa literasi digital yang terintegrasi dengan nilai tabligh menghasilkan komunikator digital yang bertanggung jawab.

Dimensi keempat adalah Fathonah Digital (Kebijaksanaan dalam Pemanfaatan Teknologi). Fathonah dalam kewirausahaan digital dimaknai sebagai kemampuan untuk memanfaatkan teknologi digital secara cerdas, kreatif, dan produktif—tanpa terjerumus dalam pemanfaatan yang manipulatif

atau destruktif. Ini mencakup kemampuan memilih platform yang tepat, merancang strategi konten yang efektif dan etis, menganalisis data konsumen dengan bijaksana, dan berinovasi dalam produk dan layanan digital yang memberikan nilai tambah nyata. Kerangka DigComp 2.1 (Carretero, Vuorikari, & Punie, 2017) mengidentifikasi domain-domain kompetensi digital yang sejalan dengan dimensi fathonah ini.

Dimensi kelima adalah Mas'uliyah Digital (Tanggung Jawab Sosial Digital). Mas'uliyah dalam kewirausahaan digital melampaui tanggung jawab kepada konsumen individual; ia mencakup tanggung jawab terhadap komunitas digital, masyarakat luas, dan lingkungan. Dalam praktiknya, dimensi ini meliputi: menghindari produksi konten yang merusak moral masyarakat, mempertimbangkan dampak lingkungan dari aktivitas digital, berkontribusi pada pemberdayaan komunitas lokal melalui platform digital, dan menjaga integritas informasi dalam ekosistem digital. OECD (2019) menegaskan bahwa dimensi tanggung jawab sosial merupakan komponen kritis keterampilan abad ke-21 yang tidak dapat dipisahkan dari kompetensi kewirausahaan digital.

Konvergensi dengan Kerangka Kompetensi Digital Global

Kajian komparatif terhadap lima dimensi Ethical Digital Entrepreneurship perspektif Islam dengan Kerangka Kompetensi Digital DigComp 2.1 (Carretero, Vuorikari, & Punie, 2017) menunjukkan konvergensi yang substansial sekaligus perbedaan yang signifikan. DigComp 2.1 mengidentifikasi lima area kompetensi digital: pemrosesan informasi, komunikasi dan kolaborasi, pembuatan konten digital, keamanan, dan pemecahan masalah. Kelima area ini memiliki padanan dalam dimensi-dimensi Ethical Digital Entrepreneurship Islam: pemrosesan informasi ↔ fathonah; komunikasi ↔ tabligh; keamanan ↔ amanah; sementara dimensi sidiq dan mas'uliyah memperkaya kerangka DigComp dengan lapisan moral-spiritual yang tidak terdapat dalam versi sekulernya.

Perbedaan paling fundamental terletak pada orientasi dasar: DigComp 2.1 berpijak pada paradigma kompetensi fungsional, di mana etika dipandang sebagai komponen teknis dari kecakapan digital. Sebaliknya, Ethical Digital Entrepreneurship perspektif Islam berpijak pada paradigma nilai, di mana kompetensi teknis adalah instrumen yang harus selalu tunduk pada prinsip-prinsip moral yang transendental. Perbedaan orientasi ini menghasilkan konsekuensi pedagogis yang berbeda: pendekatan Islam tidak sekadar mengajarkan "apa yang bisa dilakukan" secara digital, tetapi juga "apa yang seharusnya dilakukan" berdasarkan pertanggungjawaban kepada Allah dan sesama manusia (Azra, 2019; Rogers, 2003).

Ethical Digital Entrepreneurship dan Nilai-Nilai Society 5.0

Temuan literatur yang paling menarik adalah konvergensi yang kuat antara konsep Ethical Digital Entrepreneurship dalam perspektif Islam dengan nilai-nilai inti Society 5.0. Paradigma Society 5.0 yang diperkenalkan Jepang menempatkan manusia sebagai pusat perkembangan teknologi: teknologi harus melayani kemanusiaan, bukan sebaliknya; kemajuan digital harus inklusif dan berkeadilan; dan inovasi teknologi harus menghasilkan kemaslahatan sosial yang luas. Prinsip-prinsip ini bersesuaian secara

mencolok dengan maqashid al-syariah dan nilai-nilai kewirausahaan etis Islam (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021; OECD, 2019).

Studi di lembaga vokasi Kabupaten Tebo menunjukkan bahwa model kewirausahaan digital berbasis pesantren secara organik telah mengimplementasikan prinsip-prinsip Society 5.0 ini: santri memanfaatkan teknologi digital untuk memberdayakan komunitas lokal, mempromosikan produk-produk UMKM daerah, dan membangun jaringan bisnis berbasis kepercayaan yang melampaui batas geografis keterbatasan kawasan non-industri (Hidayat, 2022; Widodo, Rahman, & Malik, 2023). Temuan ini mengindikasikan bahwa Ethical Digital Entrepreneurship perspektif Islam bukan hanya konsep normatif yang ideal, tetapi juga model praktis yang telah terbukti operasional dalam konteks nyata.

Model Konseptual Ethical Digital Entrepreneurship Berbasis Pendidikan Islam

Berdasarkan sintesis seluruh literatur yang dikaji, penelitian ini merumuskan model konseptual "Ethical Digital Entrepreneurship" berbasis pendidikan Islam yang terdiri dari tiga lapisan saling terkait. Lapisan pertama adalah Fondasi Nilai (Value Foundation), yang mencakup: akidah Islam sebagai weltanschauung (pandangan dunia) yang melandasi seluruh aktivitas; maqashid al-syariah sebagai kerangka normatif; dan prinsip-prinsip muamalah sebagai operasionalisasi nilai dalam praktik bisnis.

Lapisan kedua adalah Kompetensi Etis Digital (Ethical Digital Competencies), yang terdiri dari lima dimensi yang telah diuraikan sebelumnya: sidiq digital, amanah digital, tabligh digital, fathonah digital, dan mas'uliyah digital. Lapisan ini merupakan titik artikulasi antara fondasi nilai Islam dengan kompetensi teknis digital, di mana nilai-nilai Islam dioperasionalkan dalam bentuk kecakapan yang dapat diajarkan, dipraktikkan, dan dievaluasi dalam proses pembelajaran (Pramono & Wardana, 2020; Fikri et al., 2023).

Lapisan ketiga adalah Output dan Dampak (Outcomes and Impact), yang mencakup: profil lulusan wirausahawan digital yang berintegritas, ekosistem bisnis digital yang sehat dan berkeadilan, pemberdayaan komunitas lokal melalui kewirausahaan digital, dan kontribusi pada pencapaian maqashid al-syariah di level sosial. Model tiga lapisan ini memberikan kerangka holistik yang dapat menjadi rujukan bagi perancangan kurikulum, pengembangan pedagogi, dan evaluasi program kewirausahaan digital berbasis pendidikan Islam—terutama di lembaga vokasi pesantren dan perguruan tinggi Islam di kawasan non-industri seperti Kabupaten Tebo (Raharjo & Wibowo, 2021; Prasetyo & Sutopo, 2020).

Model ini juga mengisi kekosongan konseptual yang diidentifikasi dalam literatur. Penelitian Hidayat (2022) menyebutkan adanya peningkatan aktivitas kewirausahaan digital di pesantren tetapi belum merumuskan kerangka konseptualnya secara sistematis. Penelitian Purwanto et al. (2020) membahas kesiapan kewirausahaan digital tetapi belum mengintegrasikan dimensi nilai Islam secara mendalam. Model yang dihasilkan penelitian ini menjembatani kesenjangan tersebut dan menawarkan kontribusi teoritis yang dapat memperkuat fondasi penelitian-penelitian lanjutan di bidang ini.

KESIMPULAN

Studi literatur ini berhasil menunjukkan bahwa konsep "Ethical Digital Entrepreneurship" dalam perspektif pendidikan Islam memiliki landasan konseptual yang kuat, relevan, dan komprehensif. Lima dimensi inti yang teridentifikasi—sidiq digital, amanah digital, tabligh digital, fathonah digital, dan mas'uliyah digital—merupakan operasionalisasi nilai-nilai Islam klasik yang tetap relevan dan bahkan semakin urgen dalam konteks ekosistem kewirausahaan digital abad ke-21. Konvergensi yang kuat dengan Kerangka DigComp 2.1 dan nilai-nilai Society 5.0 menunjukkan bahwa perspektif Islam tidak bersifat isolasionis, melainkan dialogis dan adaptif terhadap perkembangan global.

Model konseptual tiga lapisan yang dihasilkan—Fondasi Nilai, Kompetensi Etis Digital, dan Output-Dampak—dapat berfungsi sebagai landasan teoritis bagi pengembangan kurikulum kewirausahaan digital di lembaga pendidikan Islam, desain program pelatihan bagi pendidik dan fasilitator, serta kerangka evaluasi kompetensi etis digital mahasiswa dan santri. Implikasi kebijakan dari penelitian ini mencakup perlunya penguatan integrasi nilai-nilai Islam dalam kurikulum digital marketing vokasi, peningkatan kapasitas pendidik dalam menjembatani kompetensi teknis dan etis digital, serta pengembangan ekosistem kolaborasi antara lembaga pendidikan Islam, pelaku usaha digital, dan pemerintah daerah—terutama di kawasan non-industri yang memerlukan model kewirausahaan digital alternatif yang lebih inklusif dan berkarakter. Penelitian lanjutan berupa studi empiris pengujian model ini di lembaga-lembaga pendidikan Islam sangat direkomendasikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Para penulis mengucapkan terima kasih kepada STIT Alfalah Rimbo Bujang atas dukungan akademis dan fasilitas yang diberikan dalam penyelesaian penelitian ini, serta kepada para reviewer yang telah memberikan masukan konstruktif terhadap naskah ini.

REFERENSI

- Azra, A. (2019). *Pendidikan Islam: Tradisi dan modernisasi di tengah tantangan milenial*. Kencana.
- Braun, V., & Clarke, V. (2019). Reflecting on reflexive thematic analysis. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 11(4), 589–597. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2019.1628806>
- Carretero, S., Vuorikari, R., & Punie, Y. (2017). *DigComp 2.1: The digital competence framework for citizens*. European Commission.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Etikan, I. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>

- Fikri, M., et al. (2023). Digital literacy competency among vocational teachers in Indonesia. *Journal of Technical Education and Training*, 15(1), 45–59.
- Fitriyani, Y., Dewi, S., & Pratiwi, R. (2021). Challenges of digital learning in vocational education. *Journal of Education and Learning*, 15(3), 389–397. <https://doi.org/10.11591/edulearn.v15i3.20261>
- Hidayat, A. (2022). Pesantren-based vocational education and challenges of modernization. *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 6(2), 155–173. <https://doi.org/10.21009/hayula.006.02.04>
- Kallio, H., Pietilä, A.-M., Johnson, M., & Kangasniemi, M. (2016). Systematic methodological review: Developing a framework for a qualitative semi-structured interview guide. *Journal of Advanced Nursing*, 72(12), 2954–2965. <https://doi.org/10.1111/jan.13031>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Kurniawan, I., & Sari, D. (2022). Digital marketing skills and employability in vocational schools. *International Journal of Instruction*, 15(2), 123–138. <https://doi.org/10.29333/iji.2022.1527a>
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16, 1–13. <https://doi.org/10.1177/1609406917733847>
- OECD. (2019). *OECD skills outlook 2019: Thriving in a digital world*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/df80bc12-en>
- Pramono, R., & Wardana, L. (2020). Competency certification and vocational graduate competitiveness. *Journal of Vocational Education Studies*, 3(1), 55–69.
- Prasetyo, T., & Sutopo, A. (2020). Curriculum alignment in vocational digital learning. *JETL*, 5(2), 112–125.
- Purwanto, A., et al. (2020). Digital marketing and entrepreneurship readiness among students. *International Journal of Control and Automation*, 13(2), 216–227.
- Raharjo, S., & Wibowo, A. (2021). Teacher capability in digital transformation of vocational education. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 11(3), 255–270. <https://doi.org/10.21831/jpv.v11i3.38534>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Rohida, L. (2018). Influence of the industrial revolution 4.0 on vocational human resources. *Jurnal Manajemen*, 22(1), 36–45.
- Widodo, S., Rahman, T., & Malik, A. (2023). Measuring vocational education performance through tracer study indicators. *TVET Journal*, 10(1), 1–12.