

Rancangan Strategi Guru Ekonomi dalam Mengembangkan Digital Technopreneurship Mindset Berbasis Live Streaming Commerce di SMA Negeri 1 Jombang

Arnaz Mega Ferawati¹, Muslihatun², Munawaroh³

^{1,2,3} PGRI Jombang University, Indonesia
arnazmega05@gmail.com

Abstract

This article develops a conceptual design for economics teachers to foster students' digital technopreneurship mindset through live streaming commerce in entrepreneurship learning at SMA Negeri 1 Jombang. The article is positioned as a conceptual and descriptive study based on literature review, open educational documents, and contextual analysis; it does not present primary field data from interviews, observations, or focus group discussions. The discussion synthesizes digital entrepreneurship education, entrepreneurial mindset, experiential learning, and live streaming commerce literature to formulate a safe and structured learning model. The proposed strategy consists of three stages: digital market literacy, guided live streaming simulation, and reflective evaluation of business performance and digital ethics. These stages are expected to strengthen opportunity recognition, digital adaptability, product value communication, teamwork, and resilience in facing market uncertainty. The article suggests that live streaming commerce can be used as a contextual learning medium when its implementation is carefully planned, supervised by teachers, adjusted to school regulations, and followed by critical reflection.

Keywords: economics teacher, digital technopreneurship mindset, live streaming commerce, entrepreneurship learning, conceptual study

Abstrak

Artikel ini menyusun rancangan konseptual strategi guru ekonomi dalam menumbuhkan digital technopreneurship mindset siswa melalui live streaming commerce pada pembelajaran kewirausahaan di SMA Negeri 1 Jombang. Artikel ditempatkan sebagai kajian konseptual-deskriptif berbasis studi pustaka, dokumen pendidikan terbuka, dan analisis konteks; karena itu artikel tidak menyajikan data primer lapangan dari wawancara, observasi, atau focus group discussion. Pembahasan disusun dengan mensintesis literatur pendidikan kewirausahaan digital, entrepreneurial mindset, experiential learning, dan live streaming commerce untuk merumuskan model pembelajaran yang aman dan terstruktur. Strategi yang ditawarkan meliputi tiga tahap, yaitu literasi pasar digital, simulasi live streaming secara terbimbing, serta refleksi performa bisnis dan etika digital. Ketiga tahap tersebut diarahkan untuk memperkuat kemampuan mengenali peluang, adaptasi digital, komunikasi nilai produk, kerja sama tim, dan ketahanan menghadapi ketidakpastian pasar. Artikel ini menegaskan bahwa live streaming commerce dapat digunakan sebagai media pembelajaran kontekstual apabila dirancang secara hati-hati, didampingi guru, disesuaikan dengan aturan sekolah, dan diakhiri dengan refleksi kritis.

Kata kunci: guru ekonomi, digital technopreneurship mindset, live streaming commerce, pembelajaran kewirausahaan, kajian konseptual

Copyright (c) 2026 Arnaz Mega Ferawati, Muslihatun, Munawaroh

✉ Corresponding author: Arnaz Mega Ferawati

Email Address: arnazmega05@gmail.com (PGRI Jombang University, Indonesia)

Received 20 Juni 2025, Accepted 29 Juni 2026, Published 9 Juli 2026

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital mengubah cara peserta didik memandang kegiatan ekonomi. Usaha tidak lagi hanya dibayangkan dalam bentuk toko fisik, pasar tradisional, atau jaringan penjualan lokal, tetapi juga berlangsung melalui platform digital yang mengandalkan konten, interaksi, kecepatan tanggapan, dan kepercayaan konsumen. Dalam situasi seperti ini, siswa perlu dilatih agar tidak hanya menjadi pengguna teknologi, melainkan juga pembelajar yang mampu membaca peluang, menciptakan

nilai, mengelola komunikasi bisnis, serta memahami tanggung jawab etis saat beraktivitas di ruang digital. Oleh karena itu, pembelajaran ekonomi dan kewirausahaan di sekolah menengah perlu bergerak dari sekadar pemahaman konsep menuju pengalaman belajar yang bersentuhan langsung dengan praktik ekonomi digital.

Salah satu praktik yang dekat dengan kehidupan digital siswa adalah live streaming commerce. Melalui siaran langsung, penjual dapat memperlihatkan produk, menjelaskan kegunaan, membangun kedekatan dengan calon pembeli, menjawab pertanyaan, dan menciptakan pengalaman belanja yang lebih interaktif. Sejumlah kajian menunjukkan bahwa minat beli dalam live streaming dipengaruhi oleh modal sosial streamer, rasa percaya, interaksi, keahlian, unsur hiburan, dan keterlibatan audiens selama siaran berlangsung (Xu et al., 2022; Jiang et al., 2024). Dengan demikian, keberhasilan berwirausaha melalui siaran langsung tidak cukup ditopang oleh kemampuan teknis menggunakan gawai, tetapi juga membutuhkan pola pikir technopreneurial yang memadukan pemahaman pasar, kreativitas konten, komunikasi nilai, dan keberanian menghadapi risiko.

Pada tingkat SMA, pembelajaran kewirausahaan dapat dihadirkan melalui mata pelajaran Prakarya dan Kewirausahaan, proyek penguatan profil pelajar, maupun pengayaan dalam pembelajaran ekonomi. SMA Negeri 1 Jombang dipilih sebagai konteks sasaran kajian karena merupakan sekolah menengah atas negeri di Kecamatan Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur, yang relevan untuk membahas penguatan kompetensi ekonomi digital siswa. Pemilihan satu sekolah digunakan untuk memberi batas konteks rancangan, bukan untuk menyatakan bahwa praktik live streaming commerce telah diteliti secara empiris di sekolah tersebut.

Perkembangan riset tentang kewirausahaan digital memperlihatkan bahwa pendidikan kewirausahaan sebaiknya dipahami sebagai proses membentuk cara berpikir, bukan hanya menyampaikan pengetahuan bisnis. Sidik, Sukoco, Nurmala, dan Santihosi (2023) menemukan bahwa literasi digital berperan dalam menjembatani orientasi kewirausahaan dengan intensi teknopreneur. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kesiapan berwirausaha secara digital tidak muncul dengan sendirinya, tetapi terkait dengan kemampuan peserta didik dalam memahami, memilih, dan menggunakan teknologi secara produktif. Bagi guru ekonomi, hal ini penting karena guru berada pada posisi yang menghubungkan literasi digital dengan proses pengambilan keputusan ekonomi di kelas.

Utami dan Sitorus (2024) menjelaskan bahwa materi digitalisasi bisnis dapat meningkatkan perhatian peserta didik terhadap kewirausahaan ketika mereka memahami konsep bisnis digital, pemasaran daring, dan penggunaan teknologi finansial. Penelitian tersebut memperlihatkan bahwa materi kewirausahaan menjadi lebih bermakna apabila dikaitkan dengan platform digital yang akrab dengan keseharian siswa. Meski demikian, fokus kajian tersebut masih berada pada minat atau atensi berwirausaha, sehingga proses pedagogis guru dalam membangun pengalaman belajar kewirausahaan digital masih perlu digali lebih jauh. Dalam konteks internasional, Wibowo et al. (2023) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan digital dapat mendorong intensi kewirausahaan digital melalui media sosial dan intuisi kewirausahaan. Sitaridis dan Kitsios (2024) menekankan bahwa pendidikan

kewirausahaan digital tidak memadai apabila berhenti pada pembelajaran konseptual, tetapi perlu mengarah pada pengalaman, ekosistem, dan pemanfaatan teknologi. Wasim et al. (2024) juga menempatkan jejaring sosial sebagai unsur penting dalam pembelajaran dan pendidikan kewirausahaan. Kolb (1984) menegaskan bahwa pengalaman, refleksi, konseptualisasi, dan percobaan kembali merupakan bagian penting dalam proses belajar. Gagasan tersebut menunjukkan bahwa rancangan pembelajaran kewirausahaan digital perlu memberi ruang bagi siswa untuk mencoba, menilai, dan memperbaiki strategi secara bertahap.

Kajian mengenai live streaming commerce sendiri masih banyak membahas perilaku konsumen dan strategi para streamer profesional. Xu et al. (2022) mengulas pengaruh modal sosial streamer terhadap niat beli, sedangkan Jiang et al. (2024) menyoroti keahlian, hiburan, kepercayaan, dan flow experience. Kajian tersebut memberi gambaran mengenai logika pasar dalam siaran langsung, tetapi belum secara khusus menempatkan live streaming commerce sebagai media belajar dalam pendidikan ekonomi dan kewirausahaan di SMA. Karena itu, diperlukan kajian konseptual yang menerjemahkan logika platform tersebut menjadi rancangan pembelajaran yang dapat dipahami, aman, dan sesuai dengan konteks sekolah.

Dari telaah literatur tersebut, tampak tiga celah yang menjadi dasar artikel ini. Pertama, riset kewirausahaan digital lebih sering dilakukan pada mahasiswa, pelaku UMKM, atau konsumen digital, sementara pembahasan tentang pembelajaran kewirausahaan di SMA masih perlu diperkuat. Kedua, live streaming commerce umumnya dilihat sebagai fenomena pasar, bukan sebagai media pedagogis. Ketiga, peran guru ekonomi sebagai perancang pengalaman belajar digital technopreneurship belum banyak dirumuskan ke dalam model pembelajaran yang aplikatif. Ketiga celah tersebut menunjukkan perlunya artikel konseptual yang menghubungkan praktik platform digital dengan strategi pembelajaran di sekolah.

Kebaruan artikel ini berada pada cara pandangnya yang pedagogis dan kontekstual. Guru ekonomi ditempatkan sebagai aktor utama yang dapat mengubah live streaming commerce dari sekadar aktivitas jual beli menjadi pengalaman belajar kewirausahaan digital. Artikel ini tidak diarahkan untuk menguji pengaruh antarvariabel atau melaporkan temuan lapangan, melainkan untuk merumuskan rancangan strategi pembelajaran yang memungkinkan guru mengarahkan praktik siaran langsung secara aman, etis, dan reflektif. Dengan fokus tersebut, digital technopreneurship mindset dipahami sebagai cara berpikir yang dapat dikembangkan melalui pengalaman belajar, interaksi sosial, refleksi, dan kemampuan membaca peluang di ruang digital.

Tujuan artikel ini adalah merumuskan rancangan strategi guru ekonomi dalam mengembangkan digital technopreneurship mindset berbasis live streaming commerce pada pembelajaran kewirausahaan di SMA Negeri 1 Jombang. Secara lebih khusus, artikel ini menelaah tiga hal: dasar konseptual yang mendukung penggunaan live streaming commerce, tahapan pembelajaran yang dapat diterapkan guru, serta dukungan dan batasan yang perlu diperhatikan sekolah sebelum rancangan tersebut diimplementasikan. Hasil kajian diharapkan memberi manfaat bagi guru ekonomi, sekolah, dan

pengembang pembelajaran kewirausahaan agar pemanfaatan platform digital tidak berhenti sebagai aktivitas teknis, tetapi menjadi proses belajar yang terarah.

Secara konseptual, artikel ini menggabungkan gagasan entrepreneurial mindset, konstruktivisme sosial, experiential learning, dan digital entrepreneurship education. Entrepreneurial mindset dipahami sebagai cara berpikir yang membantu seseorang mengenali peluang, bertindak kreatif, beradaptasi, dan tetap belajar ketika menghadapi risiko (Daspit et al., 2023). Konstruktivisme sosial memandang pengetahuan terbentuk melalui interaksi, bahasa, dan pengalaman bersama. Experiential learning menekankan bahwa pembelajaran menjadi lebih kuat ketika peserta didik mengalami, merefleksikan, menarik makna, dan mencoba kembali (Kolb, 1984). Dalam konteks digital entrepreneurship education, platform digital berperan sebagai ruang belajar sekaligus ruang praktik ekonomi (Nambisan, 2017; Sitaridis & Kitsios, 2024).

Dalam kerangka kajian ini, guru berperan sebagai perancang pengalaman belajar yang mempertemukan tujuan kurikuler, produk siswa, media siaran langsung, keselamatan digital, dan refleksi kewirausahaan. Live streaming commerce tidak diposisikan sebagai variabel yang diukur secara kuantitatif atau sebagai praktik yang telah diuji secara empiris di lokasi kajian, melainkan sebagai alternatif media autentik yang dapat disimulasikan secara terbatas, aman, dan terarah. Kerangka konseptual kajian ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka konseptual rancangan pembelajaran live streaming commerce

METODE

Artikel ini menggunakan pendekatan kajian konseptual-deskriptif berbasis studi pustaka dan analisis konteks pendidikan. Pendekatan tersebut dipilih karena naskah ini belum melibatkan pengumpulan data primer di lapangan, sehingga pembahasan tidak diarahkan untuk melaporkan hasil wawancara, observasi, atau focus group discussion. Studi pustaka digunakan untuk menyusun sintesis gagasan, menemukan keterkaitan antar konsep, dan merumuskan rancangan pembelajaran yang dapat ditindaklanjuti pada penelitian berikutnya (Snyder, 2019; Torraco, 2005).

Konteks sasaran kajian adalah SMA Negeri 1 Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Berdasarkan Referensi Data Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah, sekolah ini tercatat sebagai SMA negeri dengan NPSN 20503415 dan beralamat di Jalan Bupati RAA. Soerodiningrat No. 8 Jombang. Informasi tersebut digunakan untuk menegaskan batas konteks sekolah yang dibahas, bukan sebagai bukti bahwa pengumpulan data lapangan telah dilakukan di sekolah tersebut.

Sumber kajian meliputi artikel ilmiah tentang kewirausahaan digital, entrepreneurial mindset, experiential learning, dan live streaming commerce; dokumen pendidikan atau kurikulum yang relevan dengan pembelajaran kewirausahaan di SMA; serta sumber resmi terbuka mengenai identitas sekolah. Pemilihan sumber dilakukan secara purposive berdasarkan kesesuaian tema, keterbaruan pembahasan, relevansi dengan pendidikan ekonomi, dan kemampuan sumber tersebut untuk mendukung penyusunan rancangan strategi pembelajaran.

Prosedur kajian dilakukan melalui empat langkah. Pertama, peneliti mengidentifikasi konsep kunci, yaitu digital technopreneurship mindset, pendidikan kewirausahaan digital, live streaming commerce, literasi pasar digital, dan pembelajaran berbasis pengalaman. Kedua, peneliti menelaah keterkaitan antar konsep tersebut dalam literatur. Ketiga, peneliti memetakan kebutuhan pembelajaran pada konteks SMA, termasuk aspek keselamatan digital, etika komunikasi, keterbatasan perangkat, dan pendampingan guru. Keempat, peneliti menyusun rancangan strategi pembelajaran yang terdiri atas tahap literasi, simulasi, dan refleksi.

Kajian ini tidak menggunakan partisipan manusia, sehingga tidak terdapat kode informan, transkrip wawancara, catatan observasi kelas, maupun data FGD. Seluruh uraian tentang guru dan siswa dalam artikel ini dibaca sebagai rancangan peran dan kemungkinan proses pembelajaran, bukan sebagai kutipan atau hasil pengamatan langsung. Pembatasan ini sengaja ditegaskan agar artikel tidak menimbulkan klaim empiris yang belum didukung oleh data lapangan.

Tabel 1. Sumber kajian dan fokus analisis

| No. | Sumber Kajian | Kode | Fokus Analisis |
|-----|---|-------|--|
| 1 | Literatur kewirausahaan digital dan entrepreneurial mindset | LT-01 | Konsep digital entrepreneurship education, technopreneurship, literasi digital, dan pola pikir kewirausahaan |
| 2 | Literatur live streaming commerce | LT-02 | Interaksi audiens, kepercayaan, komunikasi nilai produk, dan dinamika pasar digital |
| 3 | Dokumen pendidikan dan sumber resmi terbuka sekolah | DK-01 | Konteks SMA, relevansi pembelajaran ekonomi/PKWU, batasan implementasi, dan aspek keselamatan digital |
| 4 | Analisis rancangan pembelajaran | AN-01 | Tahap literasi pasar, simulasi terbimbing, pendampingan guru, refleksi, dan indikator evaluasi |

Analisis dilakukan dengan teknik analisis isi konseptual. Pada tahap awal, literatur dibaca untuk menemukan gagasan utama tentang mindset kewirausahaan, literasi digital, live streaming commerce, pembelajaran berbasis pengalaman, dan peran guru. Gagasan tersebut kemudian dikelompokkan menjadi kategori analisis, seperti literasi pasar digital, komunikasi nilai produk, adaptasi teknologi,

etika digital, dan refleksi performa. Kategori tersebut digunakan untuk merumuskan tahapan strategi pembelajaran dan indikator capaian yang dapat dijadikan dasar pengembangan penelitian lapangan berikutnya.

Posisi peneliti dijelaskan karena kajian konseptual tetap memerlukan kehati-hatian dalam menafsirkan literatur. Peneliti adalah mahasiswa magister pendidikan ekonomi yang memiliki perhatian pada pembelajaran kewirausahaan digital. Latar belakang tersebut membantu peneliti memahami istilah dan praktik ekonomi digital, tetapi juga dapat membawa asumsi bahwa teknologi selalu memberi manfaat. Untuk mengurangi bias, artikel ini membedakan secara jelas antara dasar literatur, analisis penulis, dan rekomendasi implementasi.

Keterpercayaan kajian dijaga melalui pemilihan sumber yang relevan, penggunaan konsep yang konsisten, dan penjelasan alur argumentasi dari literatur menuju rancangan strategi. Artikel ini juga menyertakan batasan bahwa rancangan yang disusun belum diuji melalui data lapangan. Dengan demikian, generalisasi tidak dilakukan dalam bentuk klaim hasil penelitian, melainkan dalam bentuk rekomendasi konseptual yang masih perlu diuji pada tahap implementasi.

Dari sisi etika, artikel ini tidak menampilkan identitas guru, siswa, akun media sosial, foto kegiatan, maupun data pribadi karena tidak ada pengumpulan data primer. Apabila rancangan ini diterapkan pada penelitian berikutnya, peneliti perlu memperoleh izin resmi dari sekolah, persetujuan partisipan, dan pengawasan orang tua atau wali apabila melibatkan peserta didik. Penggunaan platform live streaming juga perlu mempertimbangkan privasi, keamanan akun, jejak digital, dan aturan sekolah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil sintesis konseptual mengenai rancangan strategi guru ekonomi dalam mengembangkan digital technopreneurship mindset berbasis live streaming commerce. Uraian tidak dibaca sebagai laporan temuan lapangan, melainkan sebagai model yang dirumuskan dari literatur dan analisis kebutuhan pembelajaran kewirausahaan digital di SMA. Sintesis menghasilkan tiga bagian utama, yaitu strategi guru dari literasi menuju simulasi, dimensi mindset yang dapat dikembangkan, serta dukungan dan batasan implementasi di lingkungan sekolah.

Bagian pertama menunjukkan bahwa peran guru ekonomi dapat dirancang bergeser dari pemberi instruksi menjadi pendamping belajar. Pada tahap awal, guru tidak perlu langsung meminta siswa melakukan siaran penjualan, tetapi terlebih dahulu mengajak mereka memahami cara kerja pasar digital. Siswa dapat diarahkan untuk mengamati contoh siaran, mengenali cara host membuka komunikasi, melihat bagaimana produk ditampilkan, serta mendiskusikan alasan sebuah promosi terasa meyakinkan atau sebaliknya. Tahap awal ini penting agar siswa menyadari bahwa live streaming commerce bukan hanya soal tampil di depan kamera, tetapi juga tentang memahami audiens dan merancang pesan.

Setelah pemahaman awal terbentuk, guru dapat membawa siswa ke simulasi yang lebih autentik namun tetap aman. Siswa bekerja dalam kelompok kecil untuk memilih produk, menyusun narasi promosi, menentukan harga, menyiapkan tampilan produk, dan membagi peran sebagai host, co-host,

operator, pencatat pertanyaan, serta evaluator. Praktik disarankan dilakukan sebagai simulasi terbimbing terlebih dahulu, misalnya menggunakan kelas tertutup atau rekaman internal sebelum diarahkan ke ruang digital yang lebih terbuka. Pada tahap ini, guru memberi scaffolding berupa contoh kalimat promosi, daftar cek kesiapan, batasan etika komunikasi, dan pertanyaan reflektif.

Dimensi pertama mindset yang dapat dikembangkan adalah kemampuan mengenali peluang. Melalui analisis produk dan pasar sederhana, siswa diarahkan untuk melihat bahwa peluang usaha dapat muncul dari kebutuhan sekitar sekolah, produk lokal, makanan buatan kelompok, kerajinan, atau jasa sederhana yang dikemas dengan cerita menarik. Guru dapat meminta siswa menelaah sasaran pembeli, keunikan produk, waktu promosi, dan cara membedakan produk dari tawaran lain. Kegiatan ini membantu siswa memahami bahwa peluang tidak hanya ditemukan, tetapi juga dibentuk melalui pengamatan, kreativitas, dan komunikasi.

Dimensi kedua adalah adaptasi digital. Rancangan pembelajaran perlu melatih siswa menggunakan kamera, pencahayaan sederhana, caption, kolom komentar, penataan produk, serta pengelolaan alur komunikasi. Namun, adaptasi digital tidak cukup dimaknai sebagai kemampuan teknis. Siswa juga perlu belajar menjaga bahasa, merespons pertanyaan dengan sopan, mengatur emosi ketika siaran tidak berjalan sesuai rencana, dan memahami batas privasi ketika menggunakan media digital. Dengan demikian, literasi digital dipadukan dengan etika dan tanggung jawab.

Dimensi ketiga adalah kemampuan mengomunikasikan nilai produk. Dalam rancangan pembelajaran, siswa tidak cukup menyebutkan nama, harga, dan bahan produk. Guru dapat membimbing mereka menjelaskan manfaat, keunikan, cerita produk, alasan konsumen perlu memperhatikan produk tersebut, serta bukti sederhana yang membangun kepercayaan. Latihan ini mempertemukan konsep ekonomi, pemasaran, bahasa persuasif, dan kreativitas konten sehingga pembelajaran kewirausahaan tidak hanya menekankan keberanian tampil, tetapi juga kemampuan menyusun nilai ekonomi dalam pesan yang jelas.

Dimensi keempat adalah ketahanan menghadapi risiko pasar. Live streaming commerce memungkinkan munculnya berbagai risiko, seperti penonton yang sedikit, gangguan jaringan, lupa naskah, rasa malu, respons audiens yang tidak sesuai harapan, atau komentar yang kurang mendukung. Karena itu, rancangan pembelajaran perlu menyediakan ruang refleksi agar siswa tidak memandang kegagalan sebagai akhir. Guru dapat mengajak siswa menilai bagian yang berhasil, bagian yang perlu diperbaiki, dan strategi yang dapat dicoba pada kesempatan berikutnya. Sikap reflektif ini penting untuk membangun keberanian mencoba dan ketahanan belajar.

Rancangan strategi juga perlu memperhatikan bahwa kesiapan siswa tidak seragam. Siswa yang terbiasa menggunakan media sosial mungkin lebih cepat memahami ritme konten dan gaya komunikasi digital, sedangkan siswa yang jarang tampil di depan umum membutuhkan waktu lebih panjang untuk membangun keberanian. Pembagian peran dalam kelompok dapat menjadi solusi agar setiap siswa tetap memperoleh pengalaman belajar. Siswa yang menjadi host dapat berlatih komunikasi persuasif,

sedangkan siswa yang menjadi operator, penulis naskah, atau evaluator dapat mengembangkan keterampilan teknis, analitis, dan kerja tim.

Dukungan dan batasan sekolah perlu diantisipasi sejak tahap perencanaan. Dukungan dapat berupa keleluasaan guru memakai media digital, ruang praktik kewirausahaan, serta peluang mengaitkan kegiatan dengan proyek atau tugas pembelajaran. Namun, hambatan seperti keterbatasan perangkat, kualitas jaringan internet, waktu pembelajaran yang terbatas, usia pengguna platform, dan kekhawatiran terhadap penggunaan media sosial oleh siswa perlu diatur dengan jelas. Oleh karena itu, inovasi pembelajaran digital tidak hanya bergantung pada kreativitas guru, tetapi juga pada tata kelola sekolah, pengawasan etis, dan mekanisme evaluasi.

Jika ketiga bagian tersebut dihubungkan, strategi guru dapat dirancang sebagai proses yang bergerak secara siklikal. Guru memulai dengan literasi pasar digital, melanjutkannya dengan simulasi atau praktik terbimbing, lalu menutupnya dengan refleksi kritis. Simulasi memberi ruang kepada siswa untuk mencoba, berlatih, melakukan kesalahan secara aman, dan memperbaiki strategi. Refleksi membantu siswa memaknai pengalaman tersebut sebagai bagian dari proses membangun mindset technopreneurship. Dengan kata lain, cara berpikir kewirausahaan digital tidak dibentuk oleh ceramah semata, tetapi oleh pengalaman yang dirancang, didampingi, dan dievaluasi bersama. Model rancangan strategi disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Model rancangan strategi guru ekonomi dalam pembelajaran live streaming commerce

Secara analitis, kajian ini memperkuat pandangan bahwa live streaming commerce berpotensi menjadi media pembelajaran kewirausahaan yang autentik apabila ditempatkan dalam kerangka pedagogis. Siswa dapat diarahkan bukan hanya mengenal konsep promosi, tetapi juga memahami proses menyiapkan produk, membangun kepercayaan, menjawab pertanyaan, dan memperbaiki strategi berdasarkan umpan balik. Bagi pendidikan ekonomi, rancangan ini menegaskan pentingnya pembelajaran yang mengaitkan konsep ekonomi, kewirausahaan, literasi digital, dan etika komunikasi bisnis secara terpadu.

Kajian ini juga memberi perluasan terhadap beberapa penelitian terdahulu. Sidik et al. (2023) menekankan peran literasi digital dalam intensi teknopreneur, sedangkan artikel ini merumuskan bagaimana literasi tersebut dapat diterjemahkan menjadi tahapan pembelajaran di kelas. Utami dan

Sitorus (2024) membahas digitalisasi bisnis dalam kaitannya dengan atensi berwirausaha, sementara kajian ini menawarkan rancangan penggunaan live streaming commerce sebagai media praktik. Wibowo et al. (2023) dan Sitaridis dan Kitsios (2024) menegaskan pentingnya pendidikan kewirausahaan digital, sedangkan artikel ini menempatkannya dalam konteks SMA melalui rancangan simulasi, pendampingan, dan refleksi. Kontribusi artikel ini berada pada penyusunan model konseptual yang dapat dipertimbangkan guru ekonomi sebelum dilakukan penelitian lapangan.

KESIMPULAN

Artikel ini menyimpulkan bahwa secara konseptual strategi guru ekonomi dalam mengembangkan digital technopreneurship mindset berbasis live streaming commerce di SMA Negeri 1 Jombang dapat dirancang melalui tiga tahap yang saling berhubungan. Tahap pertama adalah literasi pasar digital, ketika siswa dikenalkan pada karakter audiens, cara kerja platform, etika komunikasi, dan strategi pesan produk. Tahap kedua adalah simulasi atau praktik terbimbing, yaitu saat siswa memilih produk, membagi peran, menyusun narasi promosi, dan mencoba model siaran dalam lingkungan yang aman. Tahap ketiga adalah refleksi performa bisnis, ketika guru mengajak siswa membaca keberhasilan, kendala teknis, risiko komunikasi, dan perbaikan strategi. Dari proses tersebut, digital technopreneurship mindset diarahkan pada kemampuan mengenali peluang, adaptasi digital, komunikasi nilai produk, kerja sama tim, dan ketahanan menghadapi risiko pasar. Karena artikel ini berbasis kajian konseptual dan belum menggunakan data primer lapangan, hasilnya tidak dimaksudkan sebagai bukti empiris bahwa rancangan tersebut telah berhasil diterapkan. Penelitian berikutnya disarankan melakukan uji implementasi melalui observasi, wawancara, dokumentasi pembelajaran, dan refleksi siswa agar model yang ditawarkan dapat divalidasi secara lebih kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Jiang, Y., Lee, H.-T., & Li, W. (2024). The effects of live streamer's expertise and entertainment on the viewers' purchase and follow intentions. *Frontiers in Psychology*, 15, 1383736. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1383736>
- Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah. (n.d.). Data satuan pendidikan: SMA Negeri 1 Jombang, NPSN 20503415. Referensi Data Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah. <https://referensi.data.kemendikdasmen.go.id/pendidikan/npsn/20503415>
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice-Hall.
- 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>

- Sidik, R., Sukoco, D. S., Nurmala, W. E., & Santihosi, R. E. (2023). Peran literasi digital dalam memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap intensi teknopreneur. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 11(2), 209-222. <https://doi.org/10.26740/jepk.v11n2.p209-222>
- Sitaridis, I., & Kitsios, F. (2024). Digital entrepreneurship and entrepreneurship education: A review of the literature. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 30(2/3), 277-304. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-01-2023-0053>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Torraco, R. J. (2005). Writing integrative literature reviews: Guidelines and examples. *Human Resource Development Review*, 4(3), 356-367. <https://doi.org/10.1177/1534484305278283>
- Utami, N., & Sitorus, O. F. (2024). Atensi berwirausaha melalui mata kuliah digitalisasi bisnis. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 12(1), 119-132. <https://doi.org/10.26740/jepk.v12n1.p119-132>
- Wasim, J., Youssef, M. H., Christodoulou, I., & Reinhardt, R. (2024). The path to entrepreneurship: The role of social networks in driving entrepreneurial learning and education. *Journal of Management Education*, 48(3), 459-493. <https://doi.org/10.1177/10525629231219235>
- Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Suparno, Sebayang, K. D. A., Mukhtar, S., & Shafiai, M. H. M. (2023). How does digital entrepreneurship education promote entrepreneurial intention? The role of social media and entrepreneurial intuition. *Social Sciences & Humanities Open*, 8(1), 100681. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100681>
- Xu, P., Cui, B.-J., & Lyu, B. (2022). Influence of streamer's social capital on purchase intention in live streaming e-commerce. *Frontiers in Psychology*, 12, 748172. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.748172>