



## Implementasi Pendidikan Kewirausahaan dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI di SMK Negeri 3 Muna

Murni Nia <sup>1\*</sup>, Nanik Hindaryatiningsih <sup>2</sup>, Lisna Wati <sup>3</sup>, Jumatin<sup>4</sup>,  
Muhammad Juwantho Lewa<sup>5</sup>

Jurusan Pendidikan Akuntansi, Universitas Halu Oleo Kendari, Indonesia <sup>2,3</sup>

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Universitas Halu Oleo Kendari, Indonesia <sup>1,4,5</sup>

\*Email Korespondensi: [murninia@uho.ac.id](mailto:murninia@uho.ac.id)

Diterima: 01-06-2026 | Disetujui: 08-06-2026 | Diterbitkan: 10-06-2026

### ABSTRACT

*This study aims to describe the implementation of creativity in fostering entrepreneurial interest among Grade XI students at SMK Negeri 3 Muna. Creativity is one of the core values of entrepreneurship education, realized through the KIK (Creativity, Innovation, and Entrepreneurship) subject with a focus on practical bag-making using traditional Muna woven fabric. The study employed a descriptive qualitative approach. Research subjects consisted of the Vice Principal for Curriculum, KIK subject teachers, and Grade XI Fashion Design students. Data were collected through participatory observation, in-depth interviews, and documentation studies. Data analysis followed the Miles and Huberman model through data reduction, data display, and conclusion drawing, with validity tested through source and technique triangulation. The results show that creativity is implemented through four concrete forms: (1) freedom of expression in product design and sewing; (2) creative idea development based on the local potential of Muna woven fabric; (3) creative product packaging with student-branded labels; and (4) creative marketing through bazaars and exhibitions. Creativity systematically applied in KIK learning has proven to foster students' entrepreneurial interest, evidenced by increased enthusiasm, courage in marketing products, self-confidence, and the emergence of desire to start independent businesses.*

**Keywords:** *creativity implementation; entrepreneurial interest; KIK; SMK Negeri 3 Muna; descriptive qualitative*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi kreativitas dalam menumbuhkan minat berwirausaha siswa kelas XI di SMK Negeri 3 Muna. Kreativitas merupakan salah satu nilai pokok pendidikan kewirausahaan yang diwujudkan melalui mata pelajaran KIK (Kreatif, Inovasi, dan Kewirausahaan) dengan fokus praktik pembuatan produk tas berbahan kain tenun tradisional Muna. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Subjek penelitian terdiri dari Wakil Kepala Sekolah Bidang Kurikulum, guru mata pelajaran KIK, dan siswa kelas XI Jurusan Tata Busana SMK Negeri 3 Muna. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas diimplementasikan melalui empat wujud nyata: (1) kebebasan berekspresi dalam desain dan penjahitan produk; (2) pengembangan ide kreatif berbasis potensi lokal kain tenun Muna; (3) kreativitas dalam pengemasan produk dengan label nama siswa; dan (4) kreativitas pemasaran melalui kegiatan bazar dan pameran. Kreativitas yang diterapkan secara sistematis dalam pembelajaran KIK terbukti menumbuhkan minat berwirausaha siswa, yang terlihat dari meningkatnya antusiasme, keberanian memasarkan produk, rasa percaya diri, serta munculnya keinginan membuka usaha mandiri.

**Katakunci:** implementasi kreativitas; minat berwirausaha; KIK; SMK Negeri 3 Muna; kualitatif deskriptif.

**Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:**

Nia, M., Hindaryatiningsih, N. ., Wati, L. ., Jumatin, J., & Lewa, M. J. . (2026). Implementasi Pendidikan Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Di SMK Negeri 3 Muna. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 2(2), 4103-4113. <https://doi.org/10.63822/by7s910>

## PENDAHULUAN

Kreativitas merupakan kemampuan fundamental yang dibutuhkan setiap individu untuk menghadapi tantangan kehidupan yang terus berkembang, khususnya di era digital yang penuh persaingan. Kreativitas tidak hanya mencakup kemampuan menghasilkan ide-ide baru, tetapi juga mencakup kemampuan melihat peluang, memecahkan masalah secara inovatif, serta mengubah gagasan menjadi produk atau layanan yang bernilai (Amabile, 1996; Sternberg & Lubart, 2017). Dalam konteks pendidikan kejuruan, kreativitas sangat diperlukan saat ini, untuk mengetahui segala peluang dalam memanfaatkan atau menjadikan sesuatu untuk perkembangan perekonomian yang berbeda dari sebelumnya (Murninia et al., 2026)

Di lingkungan pendidikan kejuruan, kreativitas bukan hanya kualitas bawaan, tetapi juga dapat dibentuk dan dikembangkan melalui proses pembelajaran yang tepat. Substansi kurikulum berbasis kewirausahaan pada dasarnya adalah pembentukan karakter kewirausahaan pada peserta didik, termasuk rasa ingin tahu, fleksibilitas berpikir, kreativitas, dan kemampuan berinovasi. Kreativitas dan daya inovasi tidak akan tumbuh jika model pemikiran yang dibentuk sekolah adalah model pemikiran yang kaku (Wibowo, 2011). Hal ini menegaskan bahwa sekolah, khususnya SMK, memiliki tanggung jawab besar untuk menciptakan ekosistem belajar yang memupuk kreativitas siswa.

SMK Negeri 3 Muna telah mengambil langkah konkret dalam hal ini dengan menyelenggarakan mata pelajaran KIK (Kreatif, Inovasi, dan Kewirausahaan). Melalui KIK, siswa tidak hanya mempelajari teori kewirausahaan, tetapi juga diajak untuk mengekspresikan kreativitas mereka secara nyata melalui pembuatan produk berbasis potensi lokal, khususnya tas dari kain tenun tradisional Muna. Penilaian pembelajaran pun secara eksplisit menempatkan kreativitas sebagai salah satu aspek utama, di samping estetika, nilai produk, dan kedisiplinan.

Minat berwirausaha merupakan kecenderungan untuk tertarik, terdorong, dan berupaya secara aktif dalam kegiatan kewirausahaan, baik melalui penciptaan usaha baru maupun pemanfaatan peluang bisnis yang ada (Afriani & Yanti, 2024). Minat tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan terbentuk melalui proses pembelajaran, pengalaman, dan stimulasi lingkungan yang mendukung (Hidi & Renninger, 2006). Oleh karena itu, implementasi kreativitas dalam proses pembelajaran di sekolah menjadi salah satu strategi utama untuk menumbuhkan minat berwirausaha siswa.

Penelitian terbaru oleh Junita (2025) menunjukkan bahwa kegiatan proyek dan pembelajaran berbasis kreativitas mampu meningkatkan kemampuan berpikir kreatif serta minat berwirausaha siswa SMK. Sementara itu, Diansyah & Rahmawati (2024) menyatakan bahwa integrasi nilai-nilai kreativitas dalam pembelajaran mampu membentuk entrepreneurial mindset atau pola pikir kewirausahaan siswa melalui pembelajaran yang kontekstual dan berbasis pengalaman. Kedua temuan ini memberikan landasan kuat bagi pentingnya mengkaji implementasi kreativitas dalam konteks nyata di SMK.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini merumuskan pertanyaan: Bagaimana implementasi kreativitas dalam menumbuhkan minat berwirausaha siswa kelas XI di SMK Negeri 3 Muna? Secara lebih spesifik, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan: (1) wujud-wujud implementasi kreativitas dalam pembelajaran KIK; (2) peran kreativitas dalam proses tumbuhnya minat berwirausaha siswa; dan (3) faktor-faktor yang mendukung implementasi kreativitas di SMK Negeri 3 Muna.

## KAJIAN TEORI

### 1. Kreativitas sebagai Nilai Pokok Kewirausahaan

Kreativitas dalam konteks kewirausahaan didefinisikan sebagai kemampuan berpikir dan bertindak untuk menghasilkan cara atau hasil yang berbeda dari produk atau jasa yang telah ada. Kreatif berarti memiliki daya cipta, yaitu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru baik berupa gagasan maupun kenyataan yang relatif berbeda dengan apa yang telah terjadi sebelumnya (Wibowo, 2011). Kreativitas menjadi salah satu dari tujuh belas nilai pokok pendidikan kewirausahaan yang wajib ditanamkan pada peserta didik.

Zimmerer (dalam Suherman, 2010) menegaskan posisi sentral kreativitas dalam kewirausahaan: kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan memanfaatkan peluang. Senada dengan itu, Peggy A. Lambing dan Charles R. Kuehl (dalam Hendro, 2013) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah suatu usaha yang kreatif yang membangun suatu nilai dari yang belum ada menjadi ada. Kedua pandangan ini menegaskan bahwa kreativitas bukan sekadar pelengkap, melainkan inti dari jiwa wirausaha.

Dalam dimensi pendidikan, kreativitas siswa dapat diwujudkan dan dinilai melalui beberapa aspek: kemampuan menghasilkan ide-ide baru yang orisinal dalam desain produk, keluwesan dalam memilih bahan dan teknik produksi, kemampuan mengemas dan mempresentasikan produk secara menarik, serta kemampuan melihat dan memanfaatkan peluang dari lingkungan sekitar. Di SMK Negeri 3 Muna, keempat aspek ini secara eksplisit masuk dalam kriteria penilaian mata pelajaran KIK, di mana kreativitas menjadi salah satu dari empat aspek penilaian utama bersama estetika, nilai produk, dan kedisiplinan.

### 2. Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha merupakan dorongan kepemilikan seorang individu atau kelompok terhadap suatu kreativitas dan inovasi dalam memanfaatkan peluang untuk menciptakan sesuatu yang berbeda, yang diikuti dengan kesiapan mental menanggung risiko serta siap bekerja keras guna memenuhi kebutuhan hidup, mendirikan dan memajukan usaha, serta memecahkan persoalan hidup. Definisi ini secara langsung menempatkan kreativitas sebagai unsur pembentuk minat berwirausaha itu sendiri.

Menurut Afriani & Trisna Yanti (2024), minat berwirausaha mencerminkan tiga aspek sekaligus: aspek afektif (ketertarikan dan perasaan senang), aspek kognitif (pengetahuan dan wawasan tentang dunia usaha), serta aspek konatif (kesiapan untuk bertindak dan memulai usaha). Indikator tumbuhnya minat berwirausaha pada siswa meliputi: (a) mempunyai ketertarikan dalam berwirausaha; (b) adanya perasaan senang saat melakukan kegiatan kewirausahaan; (c) memiliki motivasi berwirausaha; (d) keinginan untuk mendirikan usaha; dan (e) memiliki sikap berani mengambil risiko. Selain itu, (Murninia, et al., 2023) menyatakan bahwa kegiatan usaha merupakan penunjang pertumbuhan ekonomi. Kegiatan berwirausaha merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang yang melakukan bisnis atau dapat disebut membuat produk ataupun jasa. Pertumbuhan ekonomi merujuk kepada perkembangan kegiatan perekonomian suatu negara yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat meningkat dalam jangka Panjang.

### 3. Hubungan Kreativitas dan Minat Berwirausaha

Kreativitas dan minat berwirausaha memiliki hubungan yang bersifat kausal dan saling memperkuat. Kreativitas yang berkembang melalui pengalaman nyata dalam membuat produk akan menghasilkan rasa percaya diri bahwa siswa mampu menciptakan sesuatu yang bernilai. Keberhasilan ini kemudian memupuk ketertarikan dan keinginan untuk melanjutkan kegiatan usaha tersebut secara lebih serius. Dengan kata lain, kreativitas yang terimplementasi dengan baik dalam pembelajaran merupakan benih dari tumbuhnya minat berwirausaha.

Hal ini sejalan dengan temuan Junita (2025) yang menunjukkan bahwa kegiatan proyek berbasis kreativitas membantu siswa memahami bahwa kreativitas dapat dikembangkan menjadi produk yang memiliki nilai ekonomis — sebuah kesadaran yang menjadi titik awal munculnya minat berwirausaha. Di sisi lain, Wibowo (2011) menegaskan bahwa kreativitas tidak akan tumbuh dalam lingkungan belajar yang kaku; dibutuhkan ruang ekspresi yang memberikan kebebasan kepada siswa untuk bereksperimen dan berinovasi.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang dilaksanakan di SMK Negeri 3 Muna, located on Jalan Merdeka Laino Raha, Laiworu, Kecamatan Batalaiworu, Kabupaten Muna, Provinsi Sulawesi Tenggara. Penelitian ini bertujuan memberikan gambaran dan penjelasan yang tepat mengenai keadaan atau gejala yang dihadapi terkait implementasi pendidikan kewirausahaan dalam menumbuhkan minatberwirausaha siswa kelas XI. Subjek penelitian meliputi waka kurikulum, guru mata pelajaran, dan siswa kelas XI yang mengetahui, memahami, dan mengalami permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi untuk melihat langsung proses pembelajaran di dalam kelas dan interaksi antara guru dan siswa (Creswell & Poth, 2018), wawancara dengan waka kurikulum, guru mata pelajaran, dan siswa kelas XI terkait kreativitas dan tingkat minat siswa terhadap berwirausaha setelah menerima pembelajaran kewirausahaan, serta dokumentasi untuk melengkapi data primer yang meliputi profil sekolah, media pembelajaran, proses pelaksanaan pembelajaran, hasil karya produk dalam kegiatan bazar, dan dokumentasi wawancara (Merriam & Tisdell, 2016). Data primer diperoleh dari responden melalui observasi dan wawancara, sedangkan data sekunder bersumber dari buku, jurnal ilmiah, artikel, dan sumber literatur lainnya yang berkaitan dengan pembahasan penelitian.

Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari empat langkah secara berurutan: pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi; reduksi data dengan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, dan mencari tema serta pola; penyajian data dalam bentuk teks naratif; dan penarikan kesimpulan serta verifikasi (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014). Untuk menjamin keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi yang meliputi triangulasi sumber untuk membandingkan tingkat kepercayaan data dari berbagai sumber (waka kurikulum, guru, dan siswa kelas XI) dan triangulasi metode untuk mengecek kevalidan data melalui observasi pembelajaran dan dokumentasi kegiatan pembelajaran serta media pembelajaran (Patton, 2015; Lincoln & Guba, 1985).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Lokasi Penelitian

SMK Negeri 3 Muna merupakan lembaga pendidikan menengah kejuruan yang berlokasi di Jalan Merdeka Laino Raha, Laiworu, Kecamatan Batalaiworu, Kabupaten Muna, Provinsi Sulawesi Tenggara. Sekolah ini berada di bawah naungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dengan akreditasi C berdasarkan Surat Keputusan 1857/BAN-SM/SK/2022. Visi sekolah adalah mampu menjadi diklat yang unggul dalam prestasi dan menghasilkan tamatan profesional, mandiri, serta mampu bersaing di era globalisasi sesuai perkembangan IPTEK yang didasari iman dan taqwa kepada Tuhan yang Maha Esa. Untuk mewujudkan visi tersebut, sekolah menetapkan tujuh misi yang meliputi peningkatan inovasi berbasis iman dan taqwa, pelaksanaan pembelajaran berorientasi kompetensi nasional/internasional, pengembangan motivasi belajar dan kerja, jalinan kerja sama dengan dunia industri, pengembangan diri sebagai manusia produktif dan pencipta lapangan kerja, serta pembentukan warga sekolah yang kritis, demokratis, dan bertanggung jawab.

Sekolah menawarkan tujuh kompetensi keahlian yang relevan dengan potensi daerah, meliputi desain dan produksi busana, kuliner, perhotelan, keindahan dan spa, rekayasa perangkat lunak, farmasi klinis dan komunitas, serta teknik kimia industri. Diversifikasi kompetensi keahlian ini menunjukkan komitmen sekolah dalam menyesuaikan oferta pendidikan dengan kebutuhan pasar kerja lokal maupun nasional.

### Hasil

#### 1. Wujud Implementasi Kreativitas dalam Pembelajaran KIK

Berdasarkan observasi dan wawancara selama penelitian berlangsung, ditemukan bahwa kreativitas diimplementasikan secara nyata dalam pembelajaran KIK melalui empat wujud utama yang saling berkaitan.

##### a. Kebebasan Ekspresi dalam Desain dan Proses Produksi

Wujud kreativitas yang paling menonjol dalam pembelajaran KIK adalah pemberian ruang ekspresi yang luas kepada siswa dalam merancang dan membuat produk tas. Guru tidak membatasi siswa pada satu model atau desain tertentu; setiap siswa bebas menentukan sendiri pola, model, dan kombinasi warna kain tenun yang akan digunakan.

Hasil observasi menunjukkan bahwa pada sesi eksplorasi ide dan peluang usaha, siswa sangat aktif mencari referensi model tas melalui handphone yang diizinkan guru sebagai media referensi. Setelah itu, observasi selanjutnya proses penjahitan berlangsung dengan setiap siswa menghasilkan pola dan model tas yang berbeda-beda, mencerminkan ekspresi kreativitas individual yang beragam. Suasana belajar yang bebas namun terkontrol ini disambut antusias oleh siswa.

##### b. Pengembangan Ide Kreatif Berbasis Potensi Lokal Kain Tenun Muna

Kreativitas dalam pembelajaran KIK di SMK Negeri 3 Muna tidak bersifat abstrak, tetapi dilandasi pada potensi lokal yang konkret, yaitu kain tenun tradisional Muna. Pemilihan bahan lokal ini secara strategis mendorong siswa untuk berpikir kreatif dalam mengkombinasikan nilai tradisi dengan desain yang kontemporer dan memiliki daya jual. Pendekatan berbasis potensi lokal ini terbukti efektif dalam

menstimulasi kreativitas siswa karena menghubungkan pembelajaran dengan konteks budaya yang dekat dengan kehidupan sehari-hari mereka.

Selain itu, RPP yang disusun guru KIK secara eksplisit mencantumkan Kompetensi Dasar 4.5, yaitu: “Membuat produk kreatif berbasis kain tenun lokal dan melakukan simulasi pemasaran.” Rumusan KD ini menegaskan bahwa kreativitas bukanlah nilai tambah, melainkan kompetensi inti yang wajib dicapai siswa.

#### c. Kreativitas dalam Pengemasan Produk

Wujud kreativitas ketiga yang ditemukan adalah pada tahap pengemasan produk. Pada tahap ini siswa tidak hanya menyelesaikan jahitan produk tas, tetapi juga merancang kemasan produk lengkap dengan label nama yang mencerminkan kreativitas personal masing-masing siswa. Setiap siswa dibebaskan untuk merancang nama brand dan tampilan kemasan yang unik sebagai identitas produk mereka.

Berdasarkan observasi, tahap pengemasan ini memunculkan antusiasme tersendiri karena siswa menyadari bahwa produk mereka bukan sekadar hasil tugas sekolah, melainkan sebuah produk yang siap dipasarkan dengan identitas merek mereka sendiri. Hal ini sejalan dengan kriteria penilaian KIK yang menempatkan kreativitas dan estetika produk sebagai dua dari empat aspek penilaian utama. Penilaian estetika mencakup kerapuhan desain, rincian jahitan, serta kemasan produk yang telah dikerjakan siswa.

#### d. Kreativitas Pemasaran melalui Bazar dan Pameran

Wujud kreativitas keempat terwujud dalam kegiatan bazar dan pameran produk sebagai muara dari proses pembelajaran KIK. Setelah produk tas selesai dibuat, siswa dipresentasikan kepada guru, teman sekelas, dan masyarakat umum melalui pameran indoor di ruang seni budaya dan pameran outdoor bersamaan dengan event sekolah. Dalam kegiatan pemasaran ini, siswa didorong untuk mengekspresikan kreativitas dalam cara mempromosikan dan menawarkan produk mereka.

Dua siswi, Manida Sukma Dewi dan Putri Rachma Pelangi, mengungkapkan bagaimana kegiatan ini membuka perspektif kreatif mereka tentang potensi ekonomi produk lokal. Mereka mengungkapkan bahwa dalam kegiatan ini mereka belajar dan membuat tas dari kain tenun muna, dan itu bisa dijual dan mulai tertarik untuk membuka usaha kecil-kecilan.

## 2. Peran Kreativitas dalam Tumbuhnya Minat Berwirausaha

Hasil analisis data menunjukkan bahwa implementasi kreativitas yang konsisten dalam pembelajaran KIK berdampak nyata pada tumbuhnya minat berwirausaha siswa. Peran tersebut bekerja melalui tiga mekanisme utama.

#### a. Kreativitas Membangun Rasa Percaya Diri (Self-Efficacy)

Keberhasilan siswa dalam mewujudkan ide kreatif mereka menjadi produk nyata yang bernilai jual merupakan pengalaman bermakna yang membangun kepercayaan diri secara bertahap. Kepercayaan diri ini merupakan fondasi dari minat berwirausaha. Ketika siswa percaya bahwa mereka mampu menciptakan produk yang diinginkan orang lain, hambatan psikologis untuk memulai usaha menjadi jauh lebih kecil.

#### b. Kreativitas Membuka Kesadaran Peluang Usaha

Melalui proses menciptakan produk dari bahan lokal yang semula dianggap biasa, siswa mengalami pergeseran perspektif yang signifikan: mereka mulai melihat potensi ekonomi dari hal-hal di sekitar mereka. Kesadaran inilah yang menjadi titik awal tumbuhnya ketertarikan untuk berwirausaha.

c. Kreativitas Mengubah Orientasi dari Konsumen ke Produsen

Dampak terdalam dari implementasi kreativitas dalam pembelajaran adalah perubahan orientasi mental siswa: dari sekadar konsumen produk menjadi calon produsen yang aktif. Ketika siswa merasakan sendiri bahwa kreativitas mereka menghasilkan keuntungan nyata meski dalam skala kecil maka motivasi intrinsik untuk terus berwirausaha tumbuh secara organik. Inilah yang dimaksud oleh Wibowo (2011) ketika ia menyatakan bahwa kreativitas tidak akan berkembang dalam lingkungan yang kaku: diperlukan ruang bagi siswa untuk merasakan sendiri hasil dari kreativitas mereka.

3. Faktor-faktor Pendukung Implementasi Kreativitas

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan sejumlah faktor yang mendukung keberhasilan implementasi kreativitas dalam menumbuhkan minat berwirausaha di SMK Negeri 3 Muna:

**Tabel 1. Faktor Pendukung Implementasi Kreativitas di SMK Negeri 3 Muna**

No	Faktor Pendukung	Wujud Konkret di SMK Negeri 3 Muna
1	Guru sebagai fasilitator kreativitas	Guru memberikan kebebasan ekspresi dalam desain produk sembari tetap memberikan bimbingan dan penilaian yang terarah
2	Kurikulum yang mendukung (KIK)	Mata pelajaran KIK dengan proporsi 75% praktik memberikan ruang yang luas untuk mengembangkan kreativitas melalui karya nyata
3	Penilaian berbasis kreativitas	Kreativitas menjadi salah satu aspek penilaian utama (bersama estetika, nilai produk, dan disiplin) sehingga siswa terdorong mengembangkannya
4	Konteks lokal yang relevan	Kain tenun tradisional Muna menjadi media kreativitas yang bermakna karena dekat dengan budaya dan potensi ekonomi daerah siswa
5	Kegiatan bazar dan pameran	Memberikan ruang nyata bagi siswa untuk mengekspresikan kreativitas pemasaran dan merasakan langsung hasil dari usaha kreatif mereka
6	Suasana belajar yang kondusif	Pembelajaran yang santai, tidak kaku, dan memberikan kebebasan mendorong siswa untuk lebih berani mengekspresikan kreativitas
7	Integrasi lintas mata pelajaran	Nilai kreativitas ditanamkan tidak hanya di KIK tetapi juga di seluruh mata pelajaran melalui motivasi berpikir kreatif dan inovatif

4. Indikator Tumbuhnya Minat Berwirausaha Pasca Implementasi Kreativitas

**Tabel 2. Perubahan Indikator Minat Berwirausaha**

Indikator Minat	Kondisi Sebelum Pembelajaran Kreatif	Kondisi Sesudah Implementasi Kreativitas
Ketertarikan berwirausaha	Siswa kurang menyadari potensi usaha di sekitar mereka	Siswa menyadari kain tenun Muna sebagai peluang usaha; beberapa mulai merintis usaha kecil
Perasaan senang	Pembelajaran teori terasa monoton dan kurang menarik	Siswa menyatakan antusias dan senang; proses praktik terasa menyenangkan dan tidak membosankan
Motivasi berwirausaha	Motivasi berwirausaha bersifat abstrak dan belum konkret	Keuntungan nyata dari penjualan bazar menjadi motivasi konkret untuk terus berkreasi dan berwirausaha
Keinginan membuka usaha	Keinginan berwirausaha masih lemah; mayoritas berorientasi mencari kerja	Beberapa siswa menyatakan ingin membuka usaha sendiri setelah merasakan keberhasilan produk mereka
Keberanian mengambil risiko	Siswa ragu dan tidak percaya diri dalam memasarkan produk	Siswa berani menawarkan dan mempromosikan produk kepada guru, teman, dan pembeli dalam pameran

**Pembahasan**

Temuan penelitian ini secara konsisten menunjukkan bahwa kreativitas bukan sekadar nilai yang tertulis dalam kurikulum, melainkan sebuah pengalaman hidup yang dirasakan langsung oleh siswa melalui proses pembelajaran KIK. Hal ini sesuai dengan penegasan Wibowo (2011) bahwa kreativitas dan daya inovasi tidak akan tumbuh dalam model pemikiran yang kaku. SMK Negeri 3 Muna telah berhasil menciptakan ekosistem pembelajaran yang memberikan kebebasan kepada siswa untuk bereksperimen, membuat kesalahan, memperbaiki desain, dan akhirnya menghasilkan produk yang mereka banggakan.

Penemuan bahwa kreativitas membangun rasa percaya diri (self-efficacy) sejalan dengan hasil penelitian Junita (2025) yang menunjukkan bahwa kegiatan proyek berbasis kreativitas membantu siswa memahami bahwa kreativitas mereka dapat dikembangkan menjadi produk bernilai ekonomis. Rasa percaya diri ini merupakan prasyarat psikologis yang sangat penting untuk tumbuhnya minat berwirausaha, karena tanpa keyakinan bahwa diri sendiri mampu, seseorang tidak akan berani memulai usaha.

Temuan mengenai kreativitas berbasis potensi lokal juga memiliki signifikansi tersendiri. Penggunaan kain tenun tradisional Muna sebagai media kreativitas menciptakan hubungan emosional antara siswa dengan produk yang mereka buat. Amalia & Susilaningsih (2024) mendukung hal ini dengan menyatakan bahwa penggunaan bahan lokal dalam pembelajaran kewirausahaan dapat membantu siswa memahami nilai ekonomis produk daerah sekaligus meningkatkan kecintaan terhadap budaya lokal. Dampak ganda ini — nilai ekonomis sekaligus nilai budaya — menjadikan kreativitas berbasis lokal lebih

efektif dalam menumbuhkan minat berwirausaha yang berkelanjutan.

Satu temuan yang perlu mendapat perhatian adalah bahwa implementasi kreativitas di SMK Negeri 3 Muna masih menghadapi tantangan berupa sebagian kecil siswa yang masih kurang berminat. Ibu Nurmin mengakui: “Walaupun masih terdapat beberapa peserta didik yang kurang minat dengan hal tersebut.” Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas yang diekspresikan melalui satu jenis produk (tas kain tenun) belum tentu sesuai dengan minat dan bakat setiap siswa. Temuan ini membuka ruang penting untuk pengembangan lebih lanjut, yaitu perlunya diversifikasi produk kreatif yang dapat mengakomodasi lebih beragam minat dan bakat siswa.

## KESIMPULAN

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa implementasi kreativitas dalam menumbuhkan minat berwirausaha siswa kelas XI di SMK Negeri 3 Muna berlangsung melalui empat wujud nyata yang saling berkaitan, yaitu: (1) kebebasan ekspresi dalam desain dan proses produksi tas kain tenun; (2) pengembangan ide kreatif berbasis potensi lokal kain tenun Muna; (3) kreativitas dalam pengemasan produk dengan label nama siswa; dan (4) kreativitas pemasaran melalui kegiatan bazar dan pameran.

Kreativitas yang diimplementasikan secara sistematis melalui mata pelajaran KIK terbukti menumbuhkan minat berwirausaha siswa melalui tiga mekanisme: membangun rasa percaya diri, membuka kesadaran peluang usaha, dan mengubah orientasi siswa dari konsumen menjadi produsen. Perubahan nyata pada kelima indikator minat berwirausaha — ketertarikan, perasaan senang, motivasi, keinginan membuka usaha, dan keberanian mengambil risiko — menjadi bukti empiris bahwa implementasi kreativitas yang tepat sasaran mampu menjadi katalis yang efektif dalam menumbuhkan jiwa wirausaha siswa SMK.

### 2. Saran

Berdasarkan temuan penelitian, diajukan beberapa rekomendasi: (1) Sekolah perlu mendiversifikasi jenis produk kreatif yang dapat dipilih siswa sesuai minat dan bakat masing-masing, tidak terbatas hanya pada satu jenis produk, agar implementasi kreativitas menjangkau lebih banyak siswa; (2) Guru disarankan untuk mendokumentasikan secara sistematis proses dan hasil kreativitas siswa sebagai portofolio yang dapat mendorong kepercayaan diri lebih jauh; (3) Sekolah perlu membangun kemitraan yang lebih kuat dengan pelaku UMKM kain tenun lokal agar siswa dapat melihat langsung model usaha kreatif berbasis budaya yang sukses; (4) Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkaji implementasi kreativitas dalam program keahlian lain di SMK dan membandingkan dampaknya terhadap minat berwirausaha..

## DAFTAR PUSTAKA

Afriani, S., & Trisna Yanti, R. (2024). Minat Berwirausaha Pada Wanita di Kota Bengkulu. *Edunomika*, 08(01), 1–14.

- Amalia, I., & Susilaningsih, S. (2024). Pengaruh pembelajaran kewirausahaan dan teaching factory terhadap intensi berwirausaha siswa kelas XI Akuntansi SMK. *Jurnal Bisnis Kreatif dan Inovatif*, 1(2), 179–191.
- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context: Update to the social psychology of creativity*. Boulder, CO: Westview Press.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: W. H. Freeman.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Diansyah, R., & Rahmawati, R. (2024). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Keluarga, dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Edueco*, 6(2), 268–274.
- Hendro. (2013). *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Panduan bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Hidi, S., & Renninger, K. A. (2006). The four-phase model of interest development. *Educational Psychologist*, 41(2), 111–127. [https://doi.org/10.1207/s15326985ep4102\\_4](https://doi.org/10.1207/s15326985ep4102_4)
- Junita, M. (2025). Peran Kewirausahaan Dalam Mengatasi Pengangguran. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi dan Perpajakan*, 2(1), 76–80.
- Lackéus, M. (2015). *Entrepreneurship in education: What, why, when, how*. Paris: OECD Publishing.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2016). *Qualitative research: A guide to design and implementation* (4th ed.). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Murni Nia, Wahyu Muh. Syata, Murniati, Rahmanpiu. (2023). Peningkatan Pengetahuan Dan Pemahaman Berwirausaha Pada Pengolahan Tahu Di Desa Alebo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 1–6.
- Murni Nia, Rizal, Abdullah Igo, BD, Muh. Ilham, Hasnawati, Nurvianti, Harjun. (2026). Pelatihan Pengelolaan Manik-Manik Mutiara menjadi Kerajinan Tangan Kreatif Berupa Bunga Hias pada Masyarakat Kelurahan Kessilampe Kec. Kendari Kab. Kendari. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 220–230.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (2017). The concept of creativity: Prospects and paradigms. In R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of creativity* (pp. 3–15). Cambridge: Cambridge University Press.
- Suherman, E. (2010). *Desain Pembelajaran Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo, A. (2011). *Pendidikan Kewirausahaan: Konsep dan Strategi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>