



Pengaruh Penggunaan *YouTube* pada Mata Pelajaran Kewirausahaan terhadap Kreativitas Siswa di SMA Negeri 2 Pekanbaru

Titin Vita Hidayah

titinvitahidayah@student.uir.ac.id

Program Studi Pendidikan Akuntansi

Universitas Islam Riau

Received: 07 05 2026. Revised: 01 06 2026. Accepted: 06 06 2026.

Abstract : This study aims to analyze the effect of using YouTube as a medium for entrepreneurship education on student creativity at SMA Negeri 2 Pekanbaru. The method used was a quantitative approach with a two-group pretest–posttest quasi-experimental design, involving two classes as the experimental and control groups, with a total of 62 students. Data were collected through an essay test in the form of business proposal development, evaluated based on five indicators of creativity: fluency, flexibility, originality, elaboration, and reformulation. The results indicate that the increase in creativity in the experimental class was higher than in the control class, as evidenced by an average increase from 12.33 to 15.93, while the control class only increased from 13.03 to 13.56. Hypothesis testing using an independent two-sample t-test yielded a significance value of 0.042, which is less than 0.05; therefore, it can be concluded that the use of YouTube has a significant and effective impact on enhancing students' creativity in entrepreneurship education.

Keywords : *YouTube*, Learning media, Entrepreneurship, Students' creativity.

Abstrak : Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penggunaan *YouTube* sebagai media pembelajaran kewirausahaan terhadap kreativitas siswa di SMA Negeri 2 Pekanbaru. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain *Quasi Experiment tipe Two Group Pretest–Posttest*, melibatkan dua kelas sebagai kelompok eksperimen dan kontrol dengan total 62 siswa. Data dikumpulkan melalui tes esai berupa penyusunan proposal usaha yang dinilai berdasarkan lima indikator kreativitas, yaitu *fluency*, *flexibility*, *originality*, *elaboration*, dan *reformulation*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kreativitas pada kelas eksperimen lebih tinggi dibandingkan kelas kontrol, ditunjukkan oleh kenaikan rata-rata dari 12,33 menjadi 15,93, sedangkan kelas kontrol hanya meningkat dari 13,03 menjadi 13,56. Uji hipotesis menggunakan uji t dua sampel independen menghasilkan nilai signifikansi 0,042 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan *YouTube* berpengaruh signifikan dan efektif dalam meningkatkan kreativitas siswa pada pembelajaran kewirausahaan.

Kata Kunci : *YouTube*, Media Pembelajaran, Kewirausahaan, Kreativitas Siswa.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar di berbagai bidang, termasuk pendidikan. Media digital merupakan sarana penyampaian informasi berbasis teknologi seperti komputer, *smartphone*, dan tablet yang membuat proses pembelajaran menjadi lebih mudah dan fleksibel (Pancawati & Rusmana, 2024). Bentuknya juga beragam, seperti media sosial, multimedia interaktif, *e-commerce*, serta aplikasi desain dan pembuatan konten yang mendukung pembelajaran sekaligus pengembangan keterampilan kewirausahaan (Nasri, 2022). Media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *TikTok* tidak hanya digunakan untuk komunikasi, tetapi juga sebagai sarana promosi dan penguatan jaringan bisnis dalam kewirausahaan (Widiastuti et al., 2018). Multimedia interaktif membantu pembelajaran menjadi lebih efektif melalui kombinasi teks, gambar, audio, dan video yang memungkinkan interaksi dengan materi (Pancawati & Rusmana, 2024). Selain itu, *e-commerce* mengenalkan praktik jual beli digital, sedangkan aplikasi desain mendukung kreativitas dalam menghasilkan produk bernilai ekonomi (Nasri, 2022).

Tabel 1. Statistik Penggunaan Media Digital di Indonesia (2023-2025)

No	Platform/Indikator	Jumlah Pengguna	Penetrasi Populasi
1	Pengguna Internet	215,6 juta jiwa (2023) 221,5 juta jiwa (2024)	78,19% (2023) 80% (2024)
2	Pengguna Media Sosial Aktif	139 juta identitas (Jan 2024)	50% populasi
3	Pengguna <i>YouTube</i>	139 juta (awal 2024) 151 juta (akhir 2025)	53% populasi
4	Platform Populer Lain:		
	<i>WhatsApp</i>	93,5% pengguna internet	88,3 juta pengguna
	<i>Instagram</i>	84,8 juta pengguna	30,7% populasi
	<i>TikTok</i>	99,1 juta pengguna	35,9% populasi
5	Akses Utama	97,1% via <i>smartphone</i>	<i>Mobile-first</i>

Penggunaan media digital di Indonesia sangat tinggi, terutama *YouTube* yang telah digunakan oleh lebih dari separuh masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa *YouTube* berpotensi dimanfaatkan sebagai media pembelajaran kewirausahaan di SMA. Berdasarkan Tabel 1, media digital sudah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari, termasuk siswa, sehingga mereka relatif siap mengikuti pembelajaran berbasis digital dengan dukungan akses internet dan layanan video daring yang luas. Media digital berperan luas dalam mendukung pembelajaran dan kewirausahaan karena memudahkan akses informasi secara cepat, mudah, dan fleksibel. Selain itu, media ini efektif untuk promosi serta perluasan pasar secara online (Nasri, 2022; Pancawati

& Rusmana, 2024). Media digital juga mendorong kreativitas siswa melalui fitur interaktif dan kolaboratif dalam pengembangan ide hingga produk (Tajpour et al., 2023). Dalam pendidikan saat ini, pemanfaatan media digital berkembang pesat terutama sejak pembelajaran daring pada masa pandemi COVID-19.

Pembelajaran kewirausahaan banyak menggunakan *YouTube*, simulasi bisnis *online*, dan *WhatsApp* untuk membantu pemahaman materi secara lebih kontekstual (Bungai et al., 2024). Namun, efektivitasnya masih dipengaruhi oleh kesiapan fasilitas serta literasi digital guru dan siswa (Nasri, 2022). Karena itu, optimalisasi media digital diharapkan tidak hanya meningkatkan pemahaman konsep, tetapi juga mendorong siswa dalam menciptakan dan mengelola produk digital yang inovatif (Rusmana, 2020). Media digital berpengaruh besar terhadap peningkatan kreativitas siswa dalam pembelajaran kewirausahaan karena mendorong keterlibatan aktif, eksplorasi ide, serta pengembangan strategi produk dan pemasaran digital yang memperkuat kemampuan berpikir kreatif dan pemecahan masalah (Tajpour et al., 2023). Media ini juga memudahkan siswa belajar dari pengalaman pelaku usaha sukses melalui konten daring sehingga memperluas wawasan dan meningkatkan motivasi berwirausaha (Nasri, 2022). Secara keseluruhan, media digital menjadi pendorong penting bagi pengembangan kreativitas kewirausahaan yang sesuai dengan perkembangan zaman (Bungai et al., 2024).

Berdasarkan hasil observasi awal pada siswa kelas XI di SMA Negeri 2 Pekanbaru, diketahui bahwa sebagian besar siswa telah mengenal dan menggunakan media digital dalam pembelajaran kewirausahaan, meskipun pemanfaatannya belum optimal. Dari 20 siswa yang diamati, mereka menggunakan *YouTube* sebagai media pembelajaran dan *WhatsApp* untuk diskusi. Namun, masih ditemukan beberapa kendala seperti akses internet yang kurang stabil serta keterbatasan pengetahuan dalam penggunaan aplikasi digital lainnya. Di sisi lain, produk yang dihasilkan siswa masih cenderung konvensional dan belum banyak mengandung inovasi berbasis digital. Nasri (2022) menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi variabel perantara yang memperkuat hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan minat terhadap kewirausahaan digital. Media digital tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana belajar dan promosi yang dapat meningkatkan ketertarikan terhadap kewirausahaan, dengan dukungan *Social Learning Theory* yang menjelaskan bahwa observasi dan interaksi di media digital memengaruhi motivasi berwirausaha. Sejalan dengan itu, Bungai et al. (2024) menyatakan bahwa penggunaan media digital seperti video edukasi, simulasi bisnis online, dan diskusi digital membuat pembelajaran lebih interaktif serta mampu meningkatkan

keaktivitas siswa dalam mengembangkan ide produk dan strategi pemasaran digital, termasuk pada konteks SMA Negeri 2 Pekanbaru.

Berdasarkan kondisi tersebut, masih terdapat beberapa permasalahan yang menjadi dasar penelitian ini, yaitu pemanfaatan media digital yang belum optimal dalam pembelajaran kewirausahaan sehingga berdampak pada rendahnya kreativitas siswa dalam menghasilkan inovasi. Kreativitas siswa kelas XI di SMA Negeri 2 Pekanbaru masih didominasi aspek *fluency* berupa ide-ide konvensional seperti penjualan makanan dan minuman tanpa inovasi pada kemasan, branding digital, maupun pemasaran melalui *YouTube*. Selain itu, aspek *originality* masih rendah karena hasil karya antar kelompok cenderung serupa, sedangkan tahap *elaboration* dan pengembangan ide masih terbatas pada konsep awal tanpa pengembangan produk yang lebih matang atau penyesuaian berdasarkan umpan balik pasar (Hendra et al., 2023).

Kendala seperti keterbatasan perangkat, akses internet yang tidak stabil, rendahnya literasi digital guru dan siswa, serta minimnya dukungan fasilitas dan strategi pembelajaran berbasis digital membuat *YouTube* belum dimanfaatkan secara optimal dalam pembelajaran kewirausahaan, sehingga penggunaannya cenderung pasif. Dalam kondisi ideal, *YouTube* dapat meningkatkan kreativitas siswa yang mencakup *fluency* dengan menghasilkan 5–10 ide produk (makanan inovatif, jasa digital, kerajinan unik), *flexibility* dalam menggabungkan berbagai konsep, *originality* melalui produk yang belum ada di Pekanbaru, *elaboration* hingga prototipe lengkap beserta kemasan dan strategi pemasaran video, serta *reformulation* menjadi produk siap jual melalui simulasi pasar. Dengan ini, siswa tidak hanya beride, tetapi juga mampu mengembangkan dan mempresentasikan produk secara profesional melalui media digital.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas penggunaan media digital dalam pendidikan, masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang belum banyak dikaji. Studi sebelumnya umumnya membahas media sosial secara umum atau fokus pada mahasiswa dan siswa SMK, bukan secara khusus pada penggunaan *YouTube* dalam pembelajaran kewirausahaan di SMA. Selain itu, penelitian terdahulu lebih banyak menyoroti aspek motivasi atau hasil belajar, bukan pengukuran kreativitas secara spesifik berdasarkan lima indikator (*fluency, flexibility, originality, elaboration, reformulation*) dalam konteks produk kewirausahaan. Belum banyak pula penelitian yang dilakukan di SMA Negeri 2 Pekanbaru dengan kondisi infrastruktur internet dan karakteristik siswa kelas XI IPS. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan tersebut melalui kajian empiris mengenai pengaruh *YouTube* terhadap kreativitas kewirausahaan siswa SMA. Penelitian ini bertujuan

untuk mengetahui serta menganalisis ada tidaknya pengaruh pemanfaatan *YouTube* dalam pembelajaran kewirausahaan terhadap kreativitas siswa kelas XI SMA Negeri 2 Pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Quasi Experiment* dan desain *Two Group Pretest–Posttest*. Sampel terdiri dari dua kelas, yaitu kelas eksperimen yang menggunakan *YouTube* dalam pembelajaran kewirausahaan dan kelas kontrol yang menggunakan metode konvensional tanpa *YouTube*. Pendekatan positivistik digunakan untuk menguji pengaruh berdasarkan data *pretest* dan *posttest* kreativitas siswa secara numerik. Desain penelitian disajikan sebagai berikut.

Tabel 2. Tabel Desain *Quasi Eksperimen*

Kelompok	Pre test	Perlakuan	Post test
Eksperimen	O1	X	O2
Kontrol	O2	-	O4

Penelitian ini dilaksanakan di SMA Negeri 2 Pekanbaru mulai November 2025. Menurut Sugiyono (2020), populasi adalah keseluruhan yang meliputi objek dan subek yang ditentukan oleh peneliti yang akan digunakan sebagai dasar dalam kesimpulan, Populasi penelitian ini berupa seluruh siswa kelas XI IPA yang telah mengikuti pembelajaran kewirausahaan minimal satu semester, sebanyak 120 siswa yang tersebar di 4 kelas (XI IPA 1–XI IPA 4). Sampel penelitian ini diambil dari kelas XI IPA 1 (32 siswa) dan XI IPA 2 (30 siswa), sehingga total responden berjumlah 62 siswa. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pemanfaatan media digital dalam pembelajaran kewirausahaan yang mencakup jenis media (video tutorial, media sosial, aplikasi interaktif), intensitas penggunaan, dan strategi pembelajaran digital. Sementara itu, variabel terikatnya adalah kreativitas siswa.

Pengumpulan data dilakukan melalui tes pretest dan posttest untuk mengukur kreativitas siswa berdasarkan indikator *fluency*, *flexibility*, *originality*, *elaboration*, dan *reformulation*. Selain itu, digunakan observasi untuk menilai pelaksanaan pembelajaran berbasis *e-learning* dengan *YouTube*, serta dokumentasi sebagai data pendukung. Data yang diperoleh diuji validitas dan reliabilitasnya untuk dapat mengevaluasi ketetapan suatu alat dalam mengukur sebuah variabel (Sugiyono, 2012), kemudian dianalisis secara deskriptif melalui perhitungan skor dan gain pada kelompok eksperimen dan kontrol. Selanjutnya dilakukan uji prasyarat berupa normalitas dan homogenitas, sebelum dilanjutkan dengan uji t dua sampel independen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan uji validitas adalah untuk mengetahui apakah instrumen penelitian, seperti kuesioner atau tes, mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan sesuai dengan tujuan pengukuran. Melalui uji validitas, peneliti dapat memastikan bahwa setiap butir pertanyaan layak digunakan sehingga data yang diperoleh akurat dan dapat dipercaya.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	r hitung (Total)	Sig.	r tabel	Keterangan
<i>Fluency</i>	0,397	0,001	0,250	Valid
<i>Flexibility</i>	0,628	0,000	0,250	Valid
<i>Originality</i>	0,710	0,000	0,250	Valid
<i>Elaboration</i>	0,454	0,000	0,250	Valid
<i>Reformulation</i>	0,347	0,007	0,250	Valid

Berdasarkan uji validitas menggunakan korelasi Pearson pada 62 responden dengan derajat bebas 60 dan r tabel sebesar 0,250 pada taraf signifikansi 0,05, seluruh indikator menunjukkan nilai r hitung lebih besar dari r tabel serta signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hasil per indikator yaitu *fluency* dengan r hitung 0,397 dan signifikansi 0,001, *flexibility* 0,628 dan 0,000, *originality* 0,710 dan 0,000, *elaboration* 0,454 dan 0,000, serta *reformulation* 0,347 dan 0,007. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan valid karena telah memenuhi kriteria pengujian validitas.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Corrected Item-Total Correlation	Reliabel	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Pengaruh
1	<i>Fluency</i>	0,604	Reliabel	0,657	Kuat
2	<i>Flexibility</i>	0,653	Reliabel	0,585	Kuat
3	<i>Originality</i>	0,686	Reliabel	0,556	Kuat
4	<i>Elaboration</i>	0,626	Reliabel	0,636	Kuat
5	<i>Reformulation</i>	0,624	Reliabel	0,695	Kuat

Hasil uji reliabilitas menunjukkan seluruh indikator memiliki nilai korelasi item terhadap total di atas 0,60, sehingga setiap item memiliki hubungan yang kuat dengan skor keseluruhan. Dengan demikian, seluruh instrumen dinyatakan reliabel dan mampu mengukur kemampuan berpikir kreatif siswa secara konsisten.

Tabel 5. Analisis Deskriptif

Data	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kelas Kontrol <i>Pretest</i>	32	8	17	13,03	1,858
Kelas Kontrol <i>Posttest</i>	32	9	18	13,56	1,740
Kelas Eksperimen <i>Pretest</i>	30	9	17	12,33	2,123
Kelas Eksperimen <i>Posttest</i>	30	12	19	15,93	1,507

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diketahui bahwa Pada kelas kontrol, diperoleh nilai rata-rata *pretest* sebesar 13,03 dengan standar deviasi 1,858, sementara nilai rata-rata *posttest* meningkat menjadi 13,56 dengan standar deviasi 1,740. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan hasil belajar, meskipun tidak terlalu besar. Pada kelas eksperimen, nilai rata-rata *pretest* tercatat sebesar 12,33 dengan standar deviasi 2,123, kemudian mengalami peningkatan menjadi 15,93 pada *posttest* dengan standar deviasi 1,507. Kenaikan tersebut menunjukkan adanya perubahan hasil belajar yang lebih signifikan apabila dibandingkan dengan kelas kontrol. Selain itu, nilai minimum dan maksimum pada kedua kelas juga mengalami peningkatan setelah perlakuan, terutama pada kelas eksperimen yang menunjukkan capaian nilai lebih tinggi pada *posttest*. Maka dapat disimpulkan bahwa, secara deskriptif dapat disimpulkan bahwa peningkatan hasil belajar pada kelas eksperimen lebih tinggi dibandingkan kelas kontrol.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

Data	N	Sig. (Asymp.Sig.)	Keterangan
Kelas Kontrol <i>Pretest</i>	32	0,069	Normal
Kelas Kontrol <i>Posttest</i>	32	0,066	Normal
Kelas Eksperimen <i>Pretest</i>	30	0,083	Normal
Kelas Eksperimen <i>Posttest</i>	30	0,079	Normal

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh nilai signifikansi (Asymp. Sig.) pada kelas kontrol sebesar 0,069 untuk data *pretest* dan 0,066 untuk data *posttest*. Sementara itu, pada kelas eksperimen, nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,083 pada *pretest* dan 0,079 pada *posttest*. Seluruh nilai signifikansi tersebut berada di atas 0,05 (Sig. > 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada kedua kelompok, baik kelas kontrol maupun kelas eksperimen, dan berdistribusi normal.

Tabel 7. Hasil Uji Homogenitas

Kelompok	Data	Sig.	Keterangan
Eksperimen	<i>Pretest</i>	0,589	Homogen
Eksperimen	<i>Posttest</i>	0,608	Homogen
Kontrol	<i>Pretest</i>	0,217	Homogen
Kontrol	<i>Posttest</i>	0,262	Homogen

Berdasarkan hasil uji homogenitas varians yang dilakukan dengan menggunakan *Levene Test* melalui pendekatan *Based on Mean*, diperoleh nilai signifikan pada kelas eksperimen sebesar 0,589 untuk data *pretest* dan 0,608 untuk data *posttest*. Sementara itu, pada kelas kontrol nilai signifikan yang diperoleh adalah sebesar 0,217 untuk *pretest* dan 0,262

untuk *posttest*. Seluruh nilai signifikan menunjukkan hasil yang lebih besar dari 0,05 (Sig. > 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa varians data pada kedua kelompok, baik kelas eksperimen maupun kelas kontrol, berada dalam kondisi homogen.

Tabel 8. Hasil Uji t- Dua Sampel Independen

Variabel	Asumsi Varians	t hitung	df	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Gain	<i>Equal variances assumed</i>	-2,101	39	0,042	Signifikan

Berdasarkan hasil uji t dua sampel independen yang disajikan pada tabel tersebut, diperoleh nilai signifikan (Sig. 2-tailed) sebesar 0.042 pada tingkat signifikan 0,05. karena nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,042 < 0,050$), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada rata-rata peningkatan hasil belajar siswa antara kelas eksperimen dan kelas kontrol. Nilai t hitung sebesar -2,101 mengindikasikan adanya perbedaan di antara kedua kelompok tersebut, dimana rata-rata peningkatan hasil belajar siswa pada kelas eksperimen lebih tinggi dibandingkan dengan kelas kontrol. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan signifikan peningkatan kreativitas antara kelas eksperimen dan kelas kontrol. Uji independent samples t-test menghasilkan nilai signifikansi 0,042 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis alternatif diterima. Dengan demikian, penggunaan *YouTube* berpengaruh terhadap kreativitas siswa pada mata pelajaran kewirausahaan.

Secara deskriptif, peningkatan kreativitas siswa pada kelas eksperimen lebih tinggi dibandingkan kelas kontrol. Rata-rata kelas eksperimen meningkat dari 12,33 pada pretest menjadi 15,93 pada *posttest*, sedangkan kelas kontrol hanya naik dari 13,03 menjadi 13,56. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *YouTube* dalam pembelajaran lebih efektif dalam meningkatkan kreativitas siswa dibandingkan metode konvensional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital berbasis video seperti *YouTube* dapat meningkatkan kualitas pembelajaran. Pembelajaran menjadi lebih menarik dan interaktif sehingga siswa lebih aktif mengeksplorasi ide, tidak hanya menerima materi secara pasif. Selain itu, siswa juga dapat melihat contoh nyata praktik kewirausahaan yang membantu mereka memahami dan mengembangkan ide usaha secara lebih kreatif.

Jika dilihat dari indikator kreativitas, kelas eksperimen menunjukkan peningkatan pada berbagai aspek, yaitu *fluency* di mana siswa mampu menghasilkan lebih banyak ide usaha setelah memperoleh referensi dari video, *flexibility* yang ditunjukkan melalui kemampuan mengembangkan konsep usaha dari berbagai sudut pandang, *originality* dengan munculnya ide yang lebih baru dan inovatif, *elaboration* melalui kemampuan merinci dan mengembangkan proposal usaha secara lebih lengkap, serta *reformulation* yaitu kemampuan memperbaiki dan

menyempurnakan ide berdasarkan inspirasi yang diperoleh. Sebaliknya, pada kelas kontrol peningkatan kreativitas relatif rendah karena pembelajaran masih bersifat konvensional dan kurang memberikan stimulus visual maupun pengalaman nyata, sehingga kemampuan siswa dalam mengembangkan ide dan inovasi produk menjadi terbatas (Juliana et al., 2017).

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan studi sebelumnya. Nasri (2022) menunjukkan bahwa media digital memiliki peran penting dalam meningkatkan minat serta orientasi kewirausahaan melalui pembelajaran yang lebih interaktif. Sejalan dengan itu, Bungai et al. (2024) mengungkapkan bahwa pemanfaatan media digital seperti video pembelajaran dan simulasi bisnis dapat mendorong peningkatan kreativitas siswa dalam pembelajaran kewirausahaan. Penelitian Tajpour et al. (2023) juga menegaskan bahwa media digital mampu memicu kreativitas dan inovasi melalui eksplorasi ide serta praktik pemasaran berbasis digital. Hal ini diperkuat oleh Wibowo et al. (2023) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial dalam pembelajaran dapat meningkatkan kreativitas sekaligus kemampuan berpikir kritis siswa. Selain itu, Lafau & Septianti (2024) menemukan bahwa penggunaan video tutorial dalam pembelajaran kewirausahaan memberikan dampak positif terhadap motivasi serta kreativitas belajar siswa.

Temuan penelitian ini memperkuat hasil studi sebelumnya yang menyatakan bahwa media digital berbasis video seperti *YouTube* berpengaruh positif terhadap kreativitas siswa. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek yang difokuskan pada siswa SMA serta pengukuran kreativitas yang lebih rinci melalui lima indikator, yaitu *fluency*, *flexibility*, *originality*, *elaboration*, dan *reformulation*. Secara umum, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan *YouTube* dalam pembelajaran kewirausahaan efektif dalam meningkatkan kreativitas siswa. Meskipun demikian, keberhasilannya tetap bergantung pada faktor pendukung seperti ketersediaan internet, literasi digital guru dan siswa, serta strategi pembelajaran yang digunakan. Oleh karena itu, peran sekolah dan pendidik sangat diperlukan untuk mengoptimalkan penggunaan media digital dalam proses pembelajaran.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *YouTube* sebagai media pembelajaran dalam mata pelajaran kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kreativitas siswa di SMA Negeri 2 Pekanbaru. Hal ini terlihat dari adanya perbedaan yang jelas antara kelas eksperimen dan kelas kontrol, di mana kelas yang menggunakan *YouTube* menunjukkan peningkatan kreativitas yang lebih tinggi. Selain itu,

pemanfaatan *YouTube* juga mendukung siswa dalam mengembangkan ide, gagasan, serta inovasi dalam penyusunan proposal usaha. Dengan demikian, *YouTube* terbukti efektif digunakan sebagai media pembelajaran untuk meningkatkan kreativitas siswa dalam kewirausahaan. Berdasarkan hasil penelitian, guru diharapkan mampu memanfaatkan *YouTube* secara lebih interaktif sebagai sarana eksplorasi ide dan praktik kewirausahaan, bukan hanya sebagai media pasif. Sekolah perlu mendukung melalui penyediaan akses internet yang stabil, perangkat digital, serta peningkatan literasi digital bagi guru dan siswa. Siswa juga diharapkan lebih aktif menggunakan *YouTube* sebagai sumber inspirasi untuk mengembangkan ide usaha dan kreativitas. Sementara itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas variabel, sampel, serta mengkaji platform digital lain guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdelfattah, F., Al, H., & Al-brwani, R. M. (2022). Influence of Self-Perceived Creativity and Social Media use in Predicting E-entrepreneurial Intention. *International Journal of Innovation Studies*, 6(3), 119–127. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2022.04.003>
- Ahmad, M., Dongoran, R. A., & Safitri, R. (2023). Pendampingan Guru Sekolah Dasar dalam Meningkatkan Kreativitas Belajar Peserta Didik melalui Pendekatan Pembelajaran Kontekstual. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 431–437. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i3.626>
- Aji, A. K., Siregar, N. A., & Ritonga, M. (2025). Pengaruh Media Sosial, Literasi Digital Dan Literasi Finansial Terhadap Minat Berwirausaha Gen-Z Di Labuhanbatu. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1321–1337. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v6i2.2471>
- Bungai, J., Perdana, I., & Supriyadi, R. P. (2024). Edukasi Kewirausahaan Berbasis Digital Melalui Pelatihan dan Pendampingan Bagi Siswa Tingkat Sekolah Menengah Atas. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(2), 1497–1506. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v8i2.24196>
- Cahyani, E. R., Martini, & Purnomo, A. R. (2022). Analisis Kemampuan Berpikir Kreatif Siswa SMP terhadap Konsep Pencemaran Lingkungan Ditinjau dari Perbedaan Gender. *PENSA E-Jurnal : Pendidikan Sains*, 10(1), 8–15. <http://doi.org/10.26740/pensa.v10i1.41109>
- Nasri, B. S. (2022). Peran Media Sosial dalam Pendidikan Kewirausahaan Digital: Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 15(1), 45–

- Sugiyono, S. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susilowati, C., Ismail, T., & Barinta, D. D. (2024). Strategi Pengembangan Kreativitas dan Pengenalan Mindset Wirausaha DiLingkungan Pendidikan Dasar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 6(1), 171–176.
<https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i1.4733>
- Syahril, & Mandalika. (2020). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Video Tutorial untuk Meningkatkan Efektifitas Pembelajaran Pada Mata Kuliah Tata Rias Pengantin Indonesia. *Jurnal Inovasi Vokasional dan Teknologi*, 20(1), 85–92.
<https://doi.org/10.24036/invotek.v20i1.725>
- Waroka, L. A., Habiby, M. N. A., Putri, A., & Nurjito, A. S. (2025). Inovasi Pendidikan Kewirausahaan untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Digital di Era Modern. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6(4), 5443–5456.
<https://doi.org/10.54373/imeij.v6i4.3576>
- Wuwung, J. O. (2025). Pembelajaran Digital dalam Era Pendidikan 5.0. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(5), 327–331.
<https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/12863>