p-ISSN: 2963-7856| e-ISSN: 2961-9890
Available online at jerkin.org/index.php/jerkin
Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan
Volume 5 No. 1, Juli - September 2026, pp 4562-4573

Digital Fashionpreneur sebagai Strategi Mempersiapkan Lulusan Pendidikan Kejuruan yang Mandiri di Era Digital

Elok Rosyida Proposalia[1]*, Purnomo [2], Ludi Wishnu Wardana [3]
Pendidikan Tata Busana, Universitas Negeri Surabaya, Jl. Ketintang Wiyata, Ketintang, Kecamatan Gayungan, Kota Surabaya, Jawa Timur 60231
E-mail: elokproposalia@unesa.ac.id
*Corresponding Author

https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.8049

ARTICLE INFO

Article history:
Received: 27 Sep 2026
Revised: 03 Oct 2026
Accepted: 14 Oct 2026

Kata Kunci
Digital Fashionpreneur, pendidikan kejuruan, kewirausahaan digital, supply tenaga kerja, kemandirian lulusan.

Keywords
Digital Fashionpreneur, vocational education, digital entrepreneurship, workforce supply, graduate self-reliance.

ABSTRACT

Transformasi digital dalam industri fashion telah mengubah pola produksi, pemasaran, dan struktur kebutuhan tenaga kerja, sehingga menuntut sumber daya manusia yang kreatif, adaptif, dan berorientasi kewirausahaan. Dalam perspektif analisis pasar tenaga kerja, kondisi ini memunculkan ketimpangan antara meningkatnya *supply* tenaga kerja lulusan pendidikan kejuruan dan terbatasnya daya serap lapangan kerja formal, yang berpotensi meningkatkan pengangguran terdidik apabila lulusan hanya dipersiapkan sebagai pencari kerja. Oleh karena itu, pengembangan *Digital Fashionpreneur* menjadi strategi penting dalam pendidikan kejuruan untuk menggeser orientasi lulusan dari *job seeker* menjadi *job creator* melalui penciptaan lapangan kerja mandiri di sektor fashion digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *Digital Fashionpreneur* dalam pembelajaran kewirausahaan digital, menjelaskan kontribusinya dalam membentuk kemandirian lulusan sebagai *supply* tenaga kerja mandiri, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat implementasinya, serta merumuskan model penerapan *Digital Fashionpreneur* dalam pendidikan kejuruan. Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR) dengan pendekatan PRISMA terhadap 22 artikel ilmiah nasional dan internasional terbitan tahun 2021–2025 yang relevan dengan pendidikan kejuruan, kewirausahaan digital, dan *fashionpreneur*. Hasil kajian menunjukkan bahwa *Digital Fashionpreneur* berperan efektif dalam meningkatkan kreativitas, literasi digital, dan mindset kewirausahaan siswa, serta memperkuat kesiapan lulusan dalam menciptakan peluang kerja mandiri. Faktor pendukung utama meliputi kurikulum kewirausahaan digital, kompetensi digital guru, ketersediaan infrastruktur teknologi, kolaborasi industri kreatif, dan budaya kewirausahaan, sedangkan faktor penghambat mencakup keterbatasan sumber daya, kesenjangan literasi digital, dan orientasi siswa yang masih dominan sebagai pencari kerja. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *Digital Fashionpreneur* merupakan strategi transformatif dalam pendidikan kejuruan yang berkontribusi langsung terhadap pembentukan kemandirian lulusan dan penciptaan lapangan kerja mandiri di sektor fashion digital.

Digital transformation in the fashion industry has not only reshaped production and marketing practices but has also altered labor market structures toward the demand for creative, adaptive, and entrepreneurial human resources. From a labor market analysis perspective, this transformation has intensified the imbalance between the supply of vocational education graduates and the limited availability of formal employment, increasing the risk of educated unemployment when graduates are prepared solely as job seekers. In response to this challenge, Digital Fashionpreneur has emerged as a strategic approach in vocational education to shift graduate orientation from job seekers to job creators through the creation of independent employment in the digital fashion sector. This study aimed to analyze the role of Digital Fashionpreneur as a digital entrepreneurship learning strategy, examine its contribution to strengthening graduate independence as an independent labor supply, identify supporting and inhibiting factors in its implementation, and synthesize previous research findings to formulate a conceptual model for its application in vocational education. The study employed a Systematic Literature Review (SLR) using the PRISMA framework, analyzing 22 national and international scholarly articles published between 2021 and 2025 related to vocational education,

digital entrepreneurship, and fashionpreneurship. The findings indicated that Digital Fashionpreneur effectively enhanced creativity, digital literacy, entrepreneurial mindset, and graduates' readiness to create independent employment opportunities. Key supporting factors included teachers' digital competence, technological infrastructure, and collaboration with creative industries, while inhibiting factors involved resource limitations, digital literacy gaps, and students' persistent orientation toward formal employment. The study concluded that Digital Fashionpreneur represents a transformative strategy in vocational education that strengthens graduate independence and contributes directly to job creation within the digital fashion labor market

This is an open access article under the CC–BY-SA license.

How to Cite: Elok Rosyida Proposalia**,** et al. (2026), Digital Fashionpreneur sebagai Strategi Mempersiapkan Lulusan Pendidikan Kejuruan yang Mandiri di Era Digital . 5(1).https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.8049

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah secara fundamental lanskap industri fashion global, mulai dari proses desain, produksi, distribusi, hingga strategi pemasaran. Digitalisasi melalui *e-commerce*, media sosial, dan platform berbasis teknologi mendorong lahirnya pola bisnis baru yang lebih fleksibel, cepat, dan berbasis kreativitas. Perubahan ini menuntut sumber daya manusia yang tidak hanya memiliki keterampilan teknis tata busana, tetapi juga mampu mengelola bisnis secara digital, membaca tren pasar, serta membangun merek melalui jejaring digital. Dalam konteks inilah muncul konsep *Digital Fashionpreneur*, yaitu pelaku wirausaha di bidang fashion yang memanfaatkan teknologi digital sebagai basis utama dalam pengembangan usaha (Ratten, 2023; Colombi et al., 2023; Zen, 2024).

Dalam perspektif analisis pasar tenaga kerja, perubahan struktur industri fashion ini berdampak pada pergeseran kebutuhan tenaga kerja dari pekerja operasional menuju tenaga kerja kreatif, adaptif, dan berorientasi kewirausahaan. Namun demikian, daya serap lapangan kerja formal di sektor industri belum sepenuhnya mampu mengimbangi laju pertumbuhan jumlah lulusan pendidikan kejuruan setiap tahunnya. Ketimpangan antara *supply* tenaga kerja lulusan vokasi dan keterbatasan demand industri berpotensi meningkatkan angka pengangguran terdidik apabila lulusan hanya dipersiapkan sebagai pencari kerja *(job seeker*) (Satriya et al., 2024; Vitariyanti, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa masalah ketenagakerjaan tidak hanya terletak pada kualitas lulusan, tetapi juga pada terbatasnya penciptaan lapangan kerja formal.

Oleh karena itu, pendidikan kejuruan tidak lagi cukup berorientasi pada penyiapan tenaga kerja siap pakai bagi industri, tetapi harus diarahkan pula pada pembentukan lulusan sebagai pencipta lapangan kerja *(job creator)* melalui penguatan jiwa kewirausahaan. Dalam konteks bidang tata busana, pendekatan kewirausahaan tersebut diwujudkan melalui pengembangan *Digital Fashionpreneur* sebagai strategi untuk mencetak wirausahawan muda yang mampu membangun usaha fashion secara mandiri, berbasis teknologi, dan berorientasi pasar digital (Hapsari et al., 2023; Kurniawan & Wibowo, 2022). *Digital Fashionpreneur* membuka peluang kerja mandiri yang luas karena hambatan modal, distribusi, dan akses pasar menjadi semakin rendah.

Pendidikan kejuruan bidang tata busana memiliki posisi strategis dalam menyiapkan *supply* tenaga kerja kreatif yang tidak hanya siap bekerja di industri fashion, tetapi juga siap berwirausaha melalui penguatan kompetensi *Digital Fashionpreneur*. Pendidikan kewirausahaan digital terbukti mampu meningkatkan kreativitas, literasi digital, kesiapan kerja, serta keberanian mengambil risiko usaha (Ramadhina & Kharnolis, 2021; Nuryani & Nugroho, 2023; Wulandari et al., 2024). Dengan demikian, sekolah kejuruan berfungsi ganda sebagai penyedia tenaga kerja bagi industri sekaligus sebagai inkubator fashionpreneur muda berbasis digital.

Di sisi lain, penerapan *Digital Fashionpreneur* dalam pendidikan kejuruan masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kendala utama meliputi rendahnya literasi digital siswa, keterbatasan kompetensi guru dalam mengintegrasikan pembelajaran kewirausahaan berbasis teknologi, keterbatasan infrastruktur digital, serta mindset siswa yang masih dominan berorientasi sebagai pencari kerja dibandingkan pencipta kerja (Ubihatun et al., 2024; Tan et al., 2022).

Akibatnya, potensi lulusan sebagai *Digital Fashionpreneur* belum sepenuhnya terbangun secara sistemik dan berkelanjutan.

Berbagai studi juga menegaskan bahwa pengembangan *Digital Fashionpreneur* tidak hanya berdampak pada kemandirian ekonomi individu, tetapi turut berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja baru melalui bisnis digital berbasis komunitas dan ekonomi kreatif (Irfan et al., 2022; Mitchelmore & Rowley, 2021). Bahkan, penguatan fashionpreneur digital juga berkontribusi terhadap pengembangan industri halal, keberlanjutan usaha, serta penguatan ekosistem ekonomi kreatif nasional (Rusmana et al., 2021; Sitorus et al., 2025). Hal ini menegaskan bahwa *Digital Fashionpreneur* memiliki relasi langsung dengan dinamika job market di sektor industri kreatif fashion.

Urgensi penelitian ini adalah untuk menjawab permasalahan ketimpangan antara *supply* tenaga kerja lulusan pendidikan kejuruan dengan keterbatasan lapangan kerja formal, melalui penguatan peran *Digital Fashionpreneur* sebagai strategi pendidikan berbasis kewirausahaan yang mampu menciptakan lapangan kerja mandiri di sektor fashion digital. Dengan kata lain, *Digital Fashionpreneur* diposisikan bukan sekadar sebagai pendekatan pembelajaran kewirausahaan, tetapi sebagai instrumen strategis dalam kerangka analisis pasar tenaga kerja untuk menggeser orientasi lulusan dari *job seeker* menjadi *job creator*.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis peran *Digital Fashionpreneur* sebagai strategi pembelajaran kewirausahaan digital yang berorientasi pada penciptaan lapangan kerja mandiri, (2) menjelaskan kontribusinya dalam membentuk kemandirian lulusan melalui penguatan kreativitas, literasi digital, serta kesiapan sebagai *supply* tenaga kerja mandiri di pasar kerja digital, (3) mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat penerapan *Digital Fashionpreneur* dalam konteks dinamika job market industri kreatif fashion, serta (4) mensintesis hasil-hasil penelitian terdahulu untuk merumuskan model *Digital Fashionpreneur* sebagai strategi pembelajaran yang berkontribusi terhadap perluasan kesempatan kerja dan penciptaan lapangan kerja baru di bidang fashion digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) untuk mengkaji secara komprehensif pengembangan *Digital Fashionpreneur* sebagai strategi pembelajaran kewirausahaan digital dalam pendidikan kejuruan serta relevansinya terhadap penciptaan lapangan kerja mandiri dalam perspektif analisis pasar tenaga kerja. Pendekatan SLR dipilih karena mampu menyajikan sintesis bukti ilmiah secara sistematis, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan untuk memetakan tren, temuan, tantangan, serta peluang pengembangan *Digital Fashionpreneur* di bidang tata busana.

Proses kajian dilakukan dengan mengacu pada kerangka PRISMA *(Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses)* yang meliputi empat tahapan utama, yaitu identifikasi, penyaringan (*screening*), kelayakan (*eligibility*), dan inklusi (*inclusion*). Pada tahap identifikasi, peneliti menelusuri artikel ilmiah melalui basis data bereputasi, seperti Scopus, Taylor and Francis, ScienceDirect, serta jurnal nasional terakreditasi SINTA 2–4. Penelusuran dilakukan menggunakan kombinasi kata kunci *Digital Fashionpreneur, fashion entrepreneurship, vocational education, digital entrepreneurship, job creation,* dan *digital skills in fashion*.

Tahap penyaringan dilakukan dengan menetapkan kriteria inklusi, yaitu: (1) artikel dipublikasikan dalam rentang tahun 2021–2025, (2) membahas kewirausahaan digital, *fashionpreneur*, atau pendidikan kejuruan bidang tata busana, (3) memuat pembahasan tentang kompetensi kewirausahaan, pembelajaran berbasis digital, atau penciptaan peluang kerja, serta (4) menggunakan pendekatan penelitian yang jelas dan dapat ditelusuri secara metodologis. Adapun kriteria eksklusi meliputi artikel yang tidak relevan dengan konteks pendidikan kejuruan, tidak berkaitan dengan kewirausahaan digital, atau tidak dapat diakses secara penuh.

Tahap kelayakan dilakukan dengan menelaah kualitas metodologis artikel, yang mencakup kejelasan tujuan penelitian, desain penelitian, karakteristik subjek, teknik pengumpulan data, serta kejelasan hasil dan pembahasan. Artikel yang memenuhi kriteria kelayakan selanjutnya dimasukkan ke tahap inklusi untuk dianalisis lebih lanjut. Berdasarkan hasil seleksi akhir, diperoleh 22 artikel ilmiah nasional dan internasional yang dinilai relevan untuk dikaji secara mendalam.

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan sintesis tematik (*thematic synthesis*) dengan mengelompokkan temuan penelitian ke dalam empat tema utama, yang selaras dengan struktur pembahasan artikel, yaitu: (1) peran *Digital Fashionpreneur* dalam pembelajaran kewirausahaan digital

Copyright © 2026, Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan
ISSN 2963-7856 (print), ISSN 2961-9890 (online)

di pendidikan kejuruan, (2) kontribusi *Digital Fashionpreneur* dalam membentuk kemandirian lulusan sebagai *supply* tenaga kerja mandiri, (3) faktor pendukung dan penghambat implementasi *Digital Fashionpreneur*, serta (4) perumusan model penerapan *Digital Fashionpreneur* sebagai strategi mempersiapkan lulusan mandiri di era digital.

Hasil sintesis tematik tersebut selanjutnya dianalisis secara deskriptif-analitis untuk mengidentifikasi keterkaitan antartema, memperkuat argumentasi teoretis, serta menyusun model konseptual *Digital Fashionpreneur* yang merepresentasikan integrasi pembelajaran berbasis proyek, faktor pendukung pembelajaran, dan luaran berupa kemandirian lulusan. Dengan demikian, metode kajian ini tidak hanya berfungsi merangkum temuan penelitian terdahulu, tetapi juga menghasilkan sintesis konseptual yang relevan dengan dinamika pasar tenaga kerja dan kebutuhan pengembangan pendidikan kejuruan di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran *Digital Fashionpreneur* dalam Pembelajaran Kewirausahaan Digital

Sintesis literatur menunjukkan bahwa *Digital Fashionpreneur* memiliki kontribusi strategis dalam meningkatkan kualitas pembelajaran kewirausahaan digital di pendidikan kejuruan. Peran strategis ini tampak dari kemampuan pendekatan *Digital Fashionpreneur* dalam mengintegrasikan kompetensi teknis tata busana dengan keterampilan digital dan orientasi bisnis yang sesuai dengan tuntutan pasar kerja berbasis teknologi. Namun, temuan-temuan tersebut juga memperlihatkan bahwa efektivitas pendekatan ini bergantung pada kapasitas institusi pendidikan dalam mengelola perubahan pedagogis dan teknologis secara konsisten.

Hasil kajian memperlihatkan bahwa keikutsertaan siswa dalam aktivitas *Digital Fashionpreneur* secara signifikan meningkatkan keterampilan mereka dalam membaca tren pasar, memproduksi konten, dan menjalankan strategi pemasaran digital melalui media sosial serta marketplace (Hapsari et al., 2023; Kurniawan & Wibowo, 2022). Peningkatan ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mencerminkan pergeseran pola pikir siswa dari sekadar mengikuti instruksi menuju kemampuan merancang dan mengevaluasi strategi bisnis secara mandiri. Meskipun demikian, beberapa penelitian menegaskan bahwa kemampuan interpretatif siswa terhadap data digital masih bervariasi, sehingga keberhasilan strategi ini membutuhkan dukungan pedagogis yang lebih kuat.

Temuan lainnya menunjukkan bahwa penerapan model project-based learning, teaching factory, dan simulasi bisnis digital mampu memperdalam penguasaan entrepreneurial competencies siswa, termasuk kreativitas, ketahanan menghadapi risiko, dan pengambilan keputusan strategis (Mitchelmore & Rowley, 2021; Tan et al., 2022). Namun, secara kritis dapat dicatat bahwa kompetensi tersebut berkembang optimal hanya ketika sekolah menyediakan mekanisme umpan balik yang berkelanjutan serta akses teknologi yang memadai. Tanpa dukungan struktural ini, pembelajaran *Digital Fashionpreneur* berpotensi hanya menjadi aktivitas permukaan tanpa memberikan dampak transformasional bagi kompetensi siswa.

Literatur juga menegaskan bahwa *Digital Fashionpreneur* berperan penting dalam menekan kesenjangan antara *supply* dan demand tenaga kerja formal dengan membuka peluang kerja mandiri yang lebih fleksibel. Perubahan ini sejalan dengan analisis pasar tenaga kerja yang menunjukkan semakin terbatasnya daya serap industri formal (Satriya et al., 2024). Namun demikian, peran ini tidak dapat dipahami secara simplistik; keberhasilan siswa menciptakan peluang kerja mandiri sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti daya beli pasar, dinamika tren fashion, serta intensitas kompetisi di ekosistem digital. Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan tidak cukup hanya mengajarkan teknis pemasaran, tetapi harus membangun ketajaman analitis terhadap dinamika pasar.

Dalam konteks inovasi produk, *Digital Fashionpreneur* terbukti mendorong siswa mengembangkan nilai tambah produk melalui desain, narasi visual, dan konsep keberlanjutan. Studi Aboytes & Gómez (2022) memperlihatkan bahwa konsumen digital merespons positif brand lokal yang memiliki nilai autentisitas dan keberlanjutan. Meski demikian, beberapa penelitian mengungkap bahwa tidak semua siswa mampu mempertahankan konsistensi dalam digital branding, terutama ketika dukungan pembelajaran belum sepenuhnya terstruktur. Hal ini menandakan perlunya penguatan kompetensi branding sebagai komponen inti *Digital Fashionpreneur*.

Kolaborasi antara sekolah dan industri kreatif menjadi salah satu determinan penting keberhasilan *Digital Fashionpreneur*. Studi Wulandari et al. (2024) serta Sitorus et al. (2025) menunjukkan bahwa

kolaborasi dapat memperkaya wawasan siswa mengenai praktik bisnis riil, penggunaan teknologi terkini, dan standar industri. Namun secara kritis dapat dikatakan bahwa kemitraan ini belum merata antar lembaga pendidikan, sehingga muncul kesenjangan kualitas pembelajaran antara sekolah yang memiliki akses luas dan yang terbatas. Isu disparitas ini perlu menjadi perhatian kebijakan pendidikan vokasi agar implementasi *Digital Fashionpreneur* tidak hanya menguntungkan sekolah tertentu.

Di sisi lain, literatur juga mengidentifikasi hambatan fundamental yang mengurangi efektivitas *Digital Fashionpreneur*, yaitu keterbatasan literasi digital guru, minimnya kapasitas infrastruktur, dan orientasi siswa yang masih cenderung mencari kerja formal (Ubihatun et al., 2024; Nuryani & Nugroho, 2023). Hambatan ini menunjukkan bahwa keberhasilan *Digital Fashionpreneur* bukan semata persoalan desain pembelajaran, tetapi terkait erat dengan kesiapan ekosistem pendidikan secara menyeluruh. Tanpa intervensi sistemik, *Digital Fashionpreneur* berpotensi menghasilkan capaian yang tidak konsisten di lapangan.

Secara keseluruhan, temuan-temuan dalam SLR ini menegaskan bahwa *Digital Fashionpreneur* memiliki peran yang kuat dalam memperkuat kualitas pembelajaran kewirausahaan digital, mempersiapkan siswa menjadi pelaku usaha mandiri, dan meningkatkan literasi digital yang relevan dengan kebutuhan pasar. Namun, peran tersebut bersifat conditional bergantung pada kesiapan institusi, kapasitas guru, dan ketersediaan sumber daya. Dengan demikian, pendekatan *Digital Fashionpreneur* harus diposisikan sebagai strategi yang menjanjikan tetapi membutuhkan dukungan sistemik untuk benar-benar menghasilkan perubahan struktural dalam pendidikan kejuruan.

Kemandirian Lulusan sebagai *Supply* Tenaga Kerja Mandiri

Kemandirian lulusan menjadi salah satu indikator kunci keberhasilan pendidikan kejuruan, terutama dalam konteks pasar kerja digital yang semakin kompetitif dan tidak pasti. Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa integrasi *Digital Fashionpreneur* memiliki dampak signifikan dalam membentuk kemandirian lulusan, baik pada level kompetensi, kapasitas digital, maupun orientasi karier. Namun, pencapaian kemandirian ini bersifat tidak otomatis; ia muncul ketika proses pembelajaran benar-benar menempatkan siswa dalam situasi otentik yang menuntut pengambilan keputusan bisnis secara mandiri. Dengan demikian, kemandirian bukan sekadar hasil samping, tetapi produk dari pengalaman belajar yang terstruktur dan berorientasi kewirausahaan.

Peningkatan kemandirian tampak dari kemampuan siswa mengembangkan kreativitas, inovasi desain, dan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakter pasar digital. Literatur menunjukkan bahwa pembelajaran *Digital Fashionpreneur* mendorong siswa memahami bagaimana tren, estetika visual, dan gaya komunikasi memengaruhi keberhasilan sebuah brand fashion (Hapsari et al., 2023). Kemampuan membaca dinamika ini merupakan indikator bahwa siswa tidak hanya siap bekerja, tetapi mampu merancang dan mengendalikan proses bisnis secara mandiri. Namun secara kritis, kemampuan ini seringkali masih dipengaruhi oleh tingkat eksposur siswa terhadap praktik industri nyata.

Sebagai *supply* tenaga kerja mandiri, lulusan yang dibekali kompetensi *Digital Fashionpreneur* menunjukkan kemampuan menjalankan bisnis secara independen melalui penggunaan platform *e-commerce*, media sosial, dan kanal pemasaran berbasis teknologi. Studi Kurniawan & Wibowo (2022) menunjukkan bahwa penjual thrift fashion yang dikelola anak muda dengan literasi digital memadai berhasil menciptakan aliran pendapatan mandiri meski tanpa pengalaman kerja formal. Temuan ini relevan bagi pendidikan kejuruan, karena membuktikan bahwa lulusan dapat masuk ke pasar kerja tanpa harus bergantung pada industri besar. Namun, dinamika kompetisi digital perlu menjadi perhatian karena pasar yang sama juga mudah jenuh.

Kemandirian lulusan juga tercermin dari keberanian mengambil risiko dan kesiapan menghadapi ketidakpastian usaha dua aspek yang sering diabaikan dalam pembelajaran konvensional. Literatur kewirausahaan menegaskan bahwa individu yang terbiasa mengambil keputusan bisnis dalam situasi riil akan mengembangkan kapasitas adaptif yang lebih baik dibandingkan mereka yang hanya mempelajari teori (Mitchelmore & Rowley, 2021). Dalam konteks *Digital Fashionpreneur*, proses seperti menentukan harga, memilih strategi promosi, hingga menanggapi fluktuasi penjualan melatih siswa menjadi pengambil keputusan yang mandiri. Namun, perkembangan aspek psikologis ini memerlukan bimbingan guru yang kompeten dalam dinamika emosional kewirausahaan.

Dari perspektif pasar tenaga kerja, *Digital Fashionpreneur* juga memberikan kontribusi struktural dalam mereduksi ketergantungan lulusan terhadap lapangan kerja formal. Saturasi pasar kerja vokasi, terutama di industri fashion, membuat banyak lulusan rentan menganggur meskipun memiliki

Copyright © 2026, Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan
ISSN 2963-7856 (print), ISSN 2961-9890 (online)

keterampilan teknis memadai (Vitariyanti, 2024). Dengan memfasilitasi pembentukan usaha mandiri, pendidikan kejuruan secara tidak langsung membangun "jalur baru" *supply* tenaga kerja yang tidak menunggu kesempatan, tetapi menciptakannya. Meski demikian, pendekatan ini memerlukan pemahaman bahwa berwirausaha bukan solusi universal; ia tetap mensyaratkan keberlanjutan, akses pasar, dan kapasitas produksi yang konsisten.

Dalam beberapa penelitian, kemandirian lulusan juga dipengaruhi oleh meningkatnya literasi digital sebagai fondasi utama kompetensi tenaga kerja modern. Ramadhina & Kharnolis (2021) menegaskan bahwa siswa tata busana dengan literasi digital tinggi lebih siap memasuki pasar kerja karena mampu memanfaatkan teknologi sebagai alat produksi sekaligus alat distribusi. Namun, peningkatan literasi digital ini tidak dapat dilepaskan dari kualitas pembelajaran dan infrastruktur sekolah, sehingga terdapat potensi kesenjangan antar lembaga pendidikan dalam menghasilkan lulusan mandiri.

Kemandirian lulusan juga berkaitan erat dengan kemampuan mereka memperluas jejaring sosial profesional dan komunitas bisnis. Media sosial, marketplace, dan platform kolaboratif memungkinkan lulusan membangun relasi yang sebelumnya tidak mungkin dilakukan dalam ekosistem konvensional. Studi Irfan et al. (2022) menunjukkan bahwa model bisnis multi-sided dapat memperluas peluang kerja mandiri bagi kelompok dengan keterbatasan ekonomi. Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa kemandirian lulusan tidak hanya ditentukan oleh kompetensi individu, tetapi juga oleh kemampuan mengakses ekosistem digital yang inklusif.

Secara kritis, literatur juga menunjukkan bahwa keberhasilan lulusan menjadi tenaga kerja mandiri sangat dipengaruhi oleh konsistensi mereka dalam mengelola brand dan mempertahankan kualitas produk. Aboytes & Gómez (2022) menekankan pentingnya keaslian brand dan nilai keberlanjutan untuk mempertahankan loyalitas konsumen. Namun dalam praktiknya, tidak semua siswa mampu menjaga konsistensi tersebut karena keterbatasan pengalaman dan kapasitas produksi. Ini mengindikasikan bahwa kemandirian lulusan memerlukan dukungan lanjutan, misalnya melalui inkubator bisnis sekolah atau mentoring industri.

Hambatan struktural juga menjadi faktor pembeda dalam tingkat kemandirian lulusan. Beberapa penelitian menyoroti bahwa keterbatasan literasi digital guru, kurangnya fasilitas teknologi, serta mindset siswa yang masih sangat berorientasi pada pencarian kerja formal menghambat optimalisasi kemandirian tersebut (Ubihatun et al., 2024; Nuryani & Nugroho, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *Digital Fashionpreneur* memiliki potensi kuat, implementasinya masih menghadapi tantangan sistemik yang harus diselesaikan melalui kebijakan institusional dan penguatan kapasitas pendidik.

Secara keseluruhan, literatur menegaskan bahwa *Digital Fashionpreneur* mampu membentuk lulusan yang lebih mandiri, adaptif, dan mampu menciptakan peluang ekonomi secara mandiri. Namun, kemandirian ini tidak bersifat otomatis; ia merupakan hasil dari sinergi antara kualitas pembelajaran, dukungan infrastruktur, literasi digital, dan akses terhadap ekosistem bisnis digital. Oleh karena itu, agar lulusan benar-benar mampu tampil sebagai *supply* tenaga kerja mandiri, pendidikan kejuruan perlu memastikan bahwa seluruh komponen pembelajaran, kurikulum, guru, fasilitas, serta kemitraan industri berjalan secara integratif dan berkelanjutan.

Faktor Pendukung dan Penghambat *Digital Fashionpreneur*

Faktor pendukung utama dalam keberhasilan implementasi *Digital Fashionpreneur* di pendidikan kejuruan adalah kesiapan kompetensi digital guru dan siswa. Literatur menegaskan bahwa ketika guru memiliki kemampuan memadai dalam mengintegrasikan teknologi, proses pembelajaran menjadi lebih relevan dengan kebutuhan industri dan memberikan pengalaman belajar yang otentik bagi siswa (Ubihatun et al., 2024). Namun, kesiapan ini sangat bervariasi antar lembaga pendidikan, sehingga muncul kesenjangan kualitas pembelajaran. Ketidakseimbangan ini menjadi tantangan struktural yang dapat memengaruhi persepsi siswa terhadap potensi kewirausahaan digital.

Infrastruktur teknologi juga menjadi faktor yang memegang peran sentral. Sekolah dengan akses internet stabil, perangkat digital memadai, dan ruang kerja kreatif yang mendukung cenderung mampu menyelenggarakan pembelajaran *Digital Fashionpreneur* dengan lebih optimal (Wulandari et al., 2024). Infrastruktur tersebut memungkinkan siswa melakukan praktik langsung, mulai dari produksi konten hingga aktivitas pemasaran digital. Secara kritis, fakta bahwa fasilitas tidak merata mempertegas bahwa

keberhasilan inovasi pembelajaran tidak hanya ditentukan oleh desain pedagogis, tetapi juga oleh dukungan logistik institusi.

Kemitraan dengan industri kreatif menjadi pendukung signifikan lainnya. Kolaborasi semacam ini memberikan siswa paparan langsung terhadap praktik bisnis riil, tren desain, dan penggunaan teknologi terkini yang tidak selalu dapat diperoleh di lingkungan sekolah (Sitorus et al., 2025). Melalui kerja sama dengan pelaku industri, pembelajaran menjadi lebih kontekstual dan membuka peluang mentoring yang dapat meningkatkan kualitas usaha siswa. Namun, secara kritis perlu dicatat bahwa tidak semua sekolah memiliki akses yang sama terhadap mitra industri, sehingga muncul kesenjangan kesempatan belajar antar institusi.

Faktor pendukung berikutnya adalah keberadaan ekosistem digital yang inklusif, seperti media sosial dan marketplace. Keberadaan platform ini memungkinkan siswa menguji strategi bisnis secara langsung dan memperoleh umpan balik dari pasar dalam waktu singkat (Kurniawan & Wibowo, 2022). Ekosistem digital tersebut memberikan akses yang relatif setara bagi pelaku usaha pemula, termasuk siswa vokasi. Meski demikian, tingginya tingkat kompetisi di platform digital menuntut kemampuan branding dan konsistensi produksi yang tidak semua siswa mampu pertahankan.

Dukungan dalam bentuk pelatihan, workshop, dan kurikulum yang adaptif juga berperan sebagai katalis pembentukan *Digital Fashionpreneur*. Kurikulum yang mengintegrasikan literasi digital, kewirausahaan, dan praktik produksi dapat mempercepat proses pembentukan kompetensi siswa (Zulfia Novrita et al., 2023). Namun, secara kritis dapat dikatakan bahwa struktur kurikulum sering bergerak lebih lambat dibandingkan dinamika industri, sehingga sekolah perlu mengembangkan program tambahan yang lebih fleksibel dan responsif.

Di sisi lain, salah satu hambatan terbesar dalam implementasi *Digital Fashionpreneur* adalah rendahnya literasi digital sebagian guru dan siswa. Ketidaksiapan ini sering menghasilkan pembelajaran yang sekadar bersifat prosedural tanpa memberi ruang pada pemahaman strategis mengenai bagaimana teknologi dapat dioptimalkan dalam bisnis fashion (Ubihatun et al., 2024). Hambatan ini menciptakan jarak antara kebutuhan kompetensi industri dan kapasitas riil yang dimiliki sekolah. Tanpa intervensi pelatihan yang sistematis, kesenjangan ini sulit ditutup.

Hambatan berikutnya adalah keterbatasan sarana prasarana di sekolah. Banyak lembaga pendidikan vokasi masih menghadapi kendala ketersediaan perangkat digital, software desain, studio foto, atau koneksi internet yang stabil. Kondisi ini membuat pembelajaran *Digital Fashionpreneur* tidak dapat dilaksanakan secara optimal dan seringkali berhenti pada tahap teoritis, bukan praktik langsung (Nuryani & Nugroho, 2023). Secara kritis, hal ini menunjukkan bahwa inovasi pedagogis tidak dapat berhasil tanpa dukungan investasi infrastruktur yang memadai.

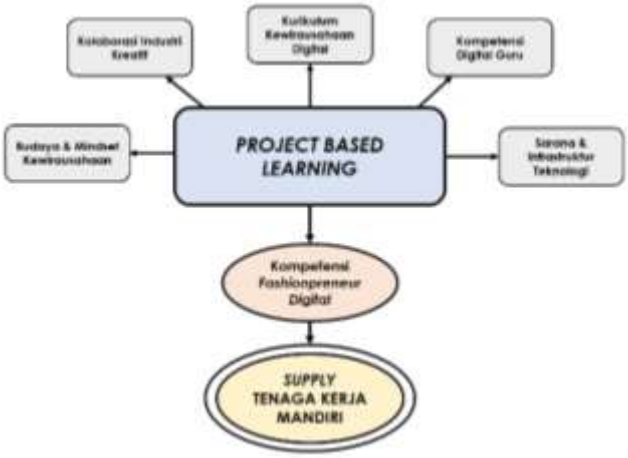
Mindset siswa yang masih sangat berorientasi pada pencarian kerja formal juga menjadi hambatan non-teknis yang signifikan. Beberapa penelitian menemukan bahwa siswa lebih nyaman memilih jalur kerja konvensional dibandingkan mengambil risiko membangun usaha sendiri (Vitariyanti, 2024). Orientasi ini seringkali berasal dari lingkungan keluarga, budaya sekolah, maupun minimnya role model wirausaha. Dengan demikian, penguatan motivasi kewirausahaan perlu dilakukan secara komprehensif dan berkelanjutan.

Selain itu, dinamika pasar digital yang sangat kompetitif juga dapat menjadi penghambat perkembangan *Digital Fashionpreneur*. Meskipun platform digital bersifat terbuka, tingkat persaingan yang tinggi membuat siswa harus memiliki diferensiasi produk dan strategi branding yang kuat untuk bertahan. Studi Aboytes & Gómez (2022) menunjukkan bahwa konsumen cenderung memilih brand dengan konten visual autentik dan konsep keberlanjutan. Tanpa pemahaman mendalam tentang preferensi pasar ini, usaha yang dibangun siswa akan sulit bersaing.

Terakhir, keberhasilan atau kegagalan implementasi *Digital Fashionpreneur* sangat dipengaruhi oleh keberlanjutan dukungan dari institusi pendidikan. Program inkubasi bisnis, mentoring lanjutan, dan akses jejaring profesional menjadi faktor penting dalam memastikan bahwa usaha yang dibangun siswa tidak berhenti setelah kelulusan (Irfan et al., 2022). Namun, banyak sekolah belum memiliki struktur pendukung tersebut. Secara kritis, hal ini menunjukkan bahwa *Digital Fashionpreneur* membutuhkan pendekatan ekosistem, bukan sekadar inovasi kurikulum.

Copyright © 2026, Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan
ISSN 2963-7856 (print), ISSN 2961-9890 (online)

Model Penerapan *Digital Fashionpreneur* sebagai Strategi Mempersiapkan Lulusan Mandiri di Era Digital



Gambar 1.Model Ekosistem *Digital Fashionpreneur* sebagai Strategi Pembentukan *Supply* Tenaga Kerja Mandiri

Model penerapan *Digital Fashionpreneur* yang disajikan pada Gambar 4.1 merupakan hasil sintesis penulis dari kajian systematic literature review yang menempatkan *Project Based Learning* (PBL) sebagai inti proses pembelajaran kewirausahaan digital di pendidikan kejuruan. Model ini dirancang sebagai representasi visual konseptual yang menunjukkan relasi fungsional antara komponen pendukung pembelajaran dengan pembentukan kompetensi fashionpreneur digital dan luaran berupa *supply* tenaga kerja mandiri. Dengan demikian, model ini tidak dimaksudkan sebagai alur linier sederhana, melainkan sebagai kerangka ekosistem pembelajaran yang terintegrasi.

Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4.1, *Project Based Learning* diposisikan sebagai pusat sistem pembelajaran. PBL memungkinkan integrasi antara pengetahuan konseptual, keterampilan teknis, dan pengalaman bisnis digital melalui aktivitas proyek yang kontekstual dan berbasis praktik nyata. Literatur menegaskan bahwa PBL efektif dalam mengembangkan kompetensi kewirausahaan karena mendorong siswa untuk terlibat langsung dalam proses perencanaan, produksi, pemasaran, dan evaluasi usaha digital (Tan et al., 2022; Wulandari et al., 2024). Dalam konteks *Digital Fashionpreneur*, PBL menjadi sarana utama untuk menghubungkan pembelajaran dengan dinamika pasar fashion digital.

Komponen pendukung pertama dalam model ini adalah kurikulum kewirausahaan digital. Kurikulum berfungsi sebagai landasan struktural yang mengarahkan capaian pembelajaran, kompetensi inti, dan konten kewirausahaan digital yang relevan dengan kebutuhan industri fashion. Beberapa studi menunjukkan bahwa kurikulum yang mengintegrasikan literasi digital, pemasaran digital, dan pengembangan usaha berbasis teknologi memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kompetensi wirausaha siswa (Zulfia Novrita et al., 2023; Hapsari et al., 2023). Dalam model ini, kurikulum berelasi langsung dengan PBL untuk memastikan bahwa proyek yang dijalankan siswa selaras dengan tujuan pembelajaran dan tuntutan pasar.

Komponen kedua adalah kompetensi digital guru, yang menentukan kualitas implementasi PBL dalam pembelajaran *Digital Fashionpreneur*. Guru dengan kompetensi digital yang memadai mampu memfasilitasi penggunaan teknologi, membimbing siswa dalam pengambilan keputusan bisnis, serta mengintegrasikan aspek kreatif dan analitis dalam proyek pembelajaran. Ubihatun et al. (2024) dan Nuryani & Nugroho (2023) menegaskan bahwa rendahnya kompetensi digital guru menjadi salah satu penghambat utama inovasi pembelajaran kewirausahaan digital. Oleh karena itu, dalam model ini, kompetensi guru diposisikan sebagai faktor penentu keberhasilan PBL sebagai strategi pembelajaran.

Komponen ketiga adalah sarana dan infrastruktur teknologi, yang mencakup ketersediaan perangkat digital, koneksi internet, software desain, serta media produksi konten. Infrastruktur yang memadai memungkinkan siswa menjalankan proyek *Digital Fashionpreneur* secara autentik, mulai dari pembuatan produk, pengelolaan konten visual, hingga pemasaran melalui platform digital. Studi Wulandari et al. (2024) serta Kurniawan & Wibowo (2022) menunjukkan bahwa keterbatasan infrastruktur dapat menghambat pembelajaran berbasis proyek dan menurunkan kualitas pengalaman

belajar siswa. Dalam model ini, sarana dan infrastruktur teknologi menjadi prasyarat penting bagi keberlangsungan PBL.

Komponen keempat adalah kolaborasi industri kreatif, yang berfungsi memperkaya konteks pembelajaran melalui keterlibatan pelaku industri, praktisi, dan platform bisnis digital. Kolaborasi ini memberikan siswa akses terhadap praktik bisnis riil, standar industri, serta wawasan tentang tren pasar fashion digital. Irfan et al. (2022) dan Sitorus et al. (2025) menunjukkan bahwa kemitraan dengan industri mampu meningkatkan relevansi pembelajaran kewirausahaan dan memperkuat kesiapan siswa dalam membangun usaha mandiri. Dalam model ini, kolaborasi industri berelasi langsung dengan PBL untuk menjembatani pembelajaran sekolah dengan ekosistem bisnis nyata.

Komponen kelima adalah budaya dan mindset kewirausahaan, yang berperan dalam membentuk sikap, nilai, dan orientasi siswa terhadap dunia usaha. Budaya kewirausahaan mencakup keberanian mengambil risiko, kreativitas, ketekunan, dan kesiapan menghadapi ketidakpastian usaha. Literatur kewirausahaan menegaskan bahwa pembentukan mindset merupakan fondasi penting bagi kemandirian lulusan dan keberlanjutan usaha digital (Mitchelmore & Rowley, 2021; Vitariyanti, 2024). Dalam model ini, budaya kewirausahaan tidak berdiri sendiri, tetapi berkembang melalui pengalaman belajar yang diperoleh siswa selama menjalankan proyek PBL.

Interaksi antara PBL dan kelima komponen pendukung tersebut menghasilkan kompetensi fashionpreneur digital sebagai output antara. Kompetensi ini mencakup kemampuan teknis tata busana, literasi digital, kreativitas, pemahaman pasar, serta kecakapan mengelola usaha berbasis teknologi. Hapsari et al. (2023) dan Kurniawan & Wibowo (2022) menunjukkan bahwa siswa yang terlibat aktif dalam pembelajaran kewirausahaan digital memiliki kemampuan lebih baik dalam membangun brand, mengelola konten, dan merespons dinamika pasar digital. Dalam model, kompetensi fashionpreneur digital diposisikan sebagai jembatan antara proses pembelajaran dan luaran akhir.

Luaran utama dari model ini adalah terbentuknya lulusan sebagai *supply* tenaga kerja mandiri. Lulusan tidak hanya dipersiapkan untuk memasuki pasar kerja formal, tetapi juga didorong untuk menciptakan peluang kerja melalui usaha fashion digital yang mandiri. Perspektif ini sejalan dengan analisis pasar tenaga kerja yang menunjukkan keterbatasan daya serap industri formal dan meningkatnya kebutuhan terhadap tenaga kerja kreatif berbasis kewirausahaan (Satriya et al., 2024; Vitariyanti, 2024). Dengan demikian, *Digital Fashionpreneur* diposisikan sebagai strategi pendidikan yang berkontribusi langsung terhadap penciptaan lapangan kerja.

Secara kritis, model ini menunjukkan bahwa pembentukan *supply* tenaga kerja mandiri tidak dapat dicapai melalui satu komponen tunggal, melainkan melalui keterpaduan sistem pembelajaran yang konsisten. Ketidaksiapan salah satu komponen, misalnya kompetensi guru atau infrastruktur teknologi dapat mengurangi efektivitas keseluruhan model. Oleh karena itu, model ini menegaskan pentingnya pendekatan ekosistem dalam penerapan *Digital Fashionpreneur*, bukan sekadar inovasi metodologis di tingkat kelas.

Dengan demikian, model penerapan *Digital Fashionpreneur* pada Gambar 4.1 merepresentasikan kerangka konseptual yang menempatkan *Project Based Learning* sebagai inti pembelajaran, didukung oleh lima komponen utama yang saling berelasi. Model ini menjelaskan secara komprehensif bagaimana pendidikan kejuruan dapat mengintegrasikan kewirausahaan digital ke dalam pembelajaran tata busana untuk menghasilkan lulusan yang mandiri, adaptif, dan mampu berperan sebagai *supply* tenaga kerja di era digital.

SIMPULAN

Kajian sistematis terhadap 25 artikel menunjukkan bahwa *Digital Fashionpreneur* memiliki potensi strategis dalam mempersiapkan lulusan pendidikan kejuruan agar mampu tampil sebagai *supply* tenaga kerja mandiri di tengah dinamika pasar kerja digital. Integrasi pembelajaran berbasis teknologi, kreativitas desain, dan orientasi bisnis digital terbukti mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan, literasi digital, serta kapasitas siswa dalam menciptakan peluang kerja secara independen. Namun, temuan ini tidak dapat dipahami secara deterministik; keberhasilan *Digital Fashionpreneur* tidak bersifat otomatis melainkan sangat dipengaruhi oleh kualitas ekosistem pendidikan yang mendukungnya.

Secara substantif, peran *Digital Fashionpreneur* dalam pembelajaran kewirausahaan digital tampak nyata pada kemampuan siswa menyusun strategi pemasaran, membangun identitas merek, dan

Copyright © 2026, Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan
ISSN 2963-7856 (print), ISSN 2961-9890 (online)

merespons dinamika pasar digital secara mandiri (Hapsari et al., 2023; Kurniawan & Wibowo, 2022). Akan tetapi, literatur juga memperlihatkan bahwa perkembangan kompetensi tersebut sangat dipengaruhi oleh kualitas bimbingan guru, kesiapan infrastruktur, dan konsistensi praktik pembelajaran. Tanpa dukungan pedagogis yang kuat, pembelajaran *Digital Fashionpreneur* berisiko hanya menghasilkan keterampilan teknis tanpa penguatan kapasitas reflektif dan analitis yang dibutuhkan seorang wirausaha digital.

Kemandirian lulusan sebagai *job creator* merupakan output yang sangat mungkin dicapai melalui *Digital Fashionpreneur*, namun tidak terlepas dari tantangan struktural. Kesenjangan literasi digital guru, fasilitas yang terbatas, serta kultur siswa yang masih dominan berorientasi pada pencarian kerja formal menjadi faktor yang dapat menahan laju transformasi tersebut (Ubihatun et al., 2024; Nuryani & Nugroho, 2023). Pada titik ini, SLR menggarisbawahi bahwa kemandirian lulusan bukan semata hasil pembelajaran, tetapi refleksi dari kesiapan institusi dalam menciptakan ekosistem digital yang matang dan suportif.

Faktor pendukung seperti kurikulum adaptif, project-based learning, dan kolaborasi industri memberikan kontribusi signifikan dalam memperkuat relevansi *Digital Fashionpreneur*. Meski demikian, literatur juga menunjukkan adanya ketimpangan antar sekolah dalam mengakses kemitraan industri dan sumber daya teknologi (Sitorus et al., 2025; Wulandari et al., 2024). Ketimpangan ini menimbulkan risiko bahwa implementasi *Digital Fashionpreneur* hanya efektif di sekolah tertentu, sehingga berpotensi memperlebar disparitas mutu pendidikan vokasi.

Model penerapan *Digital Fashionpreneur* yang efektif bukanlah model tunggal, tetapi model ekosistemik yang mencakup integrasi kurikulum kewirausahaan digital, pengalaman belajar otentik, teknologi pendukung, kemitraan industri, serta mekanisme keberlanjutan usaha. Secara kritis, temuan ini menegaskan bahwa pendidikan kejuruan membutuhkan transformasi struktural, bukan sekadar inovasi metodologis, untuk menjadikan *Digital Fashionpreneur* sebagai strategi yang benar-benar menghasilkan perubahan tingkat lulusan.

Berdasarkan hasil kajian *systematic literature review* dan model penerapan *Digital Fashionpreneur* yang telah dirumuskan, terdapat beberapa rekomendasi strategis yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan pendidikan kejuruan bidang tata busana di era digital. Pertama, institusi pendidikan kejuruan perlu memperkuat integrasi kewirausahaan digital ke dalam kurikulum secara lebih sistemik. Kurikulum tidak hanya berfungsi sebagai dokumen administratif, tetapi harus mampu mengarahkan pembelajaran berbasis proyek yang kontekstual, adaptif terhadap perkembangan industri fashion digital, serta berorientasi pada penciptaan lapangan kerja mandiri. Penyesuaian kurikulum ini perlu dilakukan secara berkala agar tidak tertinggal dari dinamika pasar dan teknologi.

Kedua, peningkatan kompetensi digital guru menjadi prioritas utama. Hasil kajian menunjukkan bahwa kualitas implementasi *Digital Fashionpreneur* sangat ditentukan oleh kemampuan guru dalam mengintegrasikan pedagogi, teknologi, dan kewirausahaan. Oleh karena itu, diperlukan program pengembangan profesional berkelanjutan, seperti pelatihan kewirausahaan digital, digital branding, dan pemanfaatan platform bisnis digital, agar guru mampu berperan sebagai fasilitator pembelajaran yang relevan dengan kebutuhan industri.

Ketiga, pemerintah dan pengelola pendidikan vokasi perlu memberikan perhatian serius pada penyediaan sarana dan infrastruktur teknologi yang memadai. Ketersediaan perangkat digital, akses internet yang stabil, serta fasilitas pendukung seperti studio konten dan software desain merupakan prasyarat penting bagi pembelajaran *Digital Fashionpreneur* berbasis proyek. Tanpa dukungan infrastruktur yang memadai, potensi inovasi pembelajaran tidak dapat diwujudkan secara optimal.

Keempat, penguatan kolaborasi antara sekolah kejuruan dan industri kreatif perlu ditingkatkan secara lebih terstruktur dan berkelanjutan. Kemitraan dengan pelaku industri, UMKM fashion digital, serta platform *e-commerce* dapat memperkaya pengalaman belajar siswa, memperluas jejaring profesional, dan meningkatkan relevansi kompetensi lulusan dengan kebutuhan pasar kerja nyata.

Kelima, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan studi empiris yang menguji efektivitas model *Digital Fashionpreneur* secara langsung di sekolah kejuruan, baik melalui pendekatan kuantitatif maupun mixed methods. Penelitian lanjutan juga dapat mengeksplorasi faktor keberlanjutan usaha lulusan setelah menyelesaikan pendidikan, sehingga kontribusi *Digital Fashionpreneur* terhadap penciptaan lapangan kerja mandiri dapat dipahami secara lebih mendalam dan kontekstual.

Dengan demikian, SLR ini menyimpulkan bahwa *Digital Fashionpreneur* berpotensi kuat sebagai strategi penguatan kemandirian lulusan di era digital, namun efektivitasnya bergantung pada kesiapan institusi dan konsistensi penerapan di lapangan. Temuan ini menekankan perlunya kebijakan yang lebih progresif terkait penguatan literasi digital guru, investasi infrastruktur, pengembangan kurikulum adaptif, dan penyediaan ekosistem inkubasi usaha. Tanpa langkah struktural tersebut, *Digital Fashionpreneur* akan sulit mencapai tujuan akhirnya: membentuk lulusan vokasi yang mandiri, adaptif, dan berdaya saing di pasar kerja digital yang terus berubah.

REFERENSI

Aboytes, J. G. R., & Gómez, M. L. (2022). Instagram communication of sustainable fashion entrepreneurs. Journal of Fashion Marketing and Management, 26(4), 591–607. https://doi.org/10.1108/JFMM-06-2021-0149

Azzahro, H., & Salsabila, F. (2025). *E-commerce* success factors in fashion MSMEs: Evidence from Bandung. Eka Prasetya Journal of Management & Business, 6(1), 45–57.

Colombi, C., Ferri, L., & Pini, M. (2023). Fashion digital transformation: Innovating business models toward a circular economy. Sustainability, 15(11), 8891. https://doi.org/10.3390/su15118891

Faizurrohman, M., & Dewi, L. N. (2021). Digitalization strategies for small fashion businesses: A case study approach. International Journal of Business Economics, 5(3), 78–91.

Hapsari, R., Thongkern, T., & Zaini, M. T. (2023). Fashion-preneur and social media: A strategy to enhance teens' awareness, trust and loyalty towards Indonesian local fashion brands. Asia-Pacific Management and Business Application, 11(3), 337–346. https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2023.011.03.6

Irfan, N. A. A., Azizi, N. A. M., Zulhairy, S. N., Mohammad, N. H., & Dahlan, A. R. A. (2022). A conceptual design for "My Fashion" multi-sided business model: Enhance job opportunities, upskilling and reskilling B40 community into fashionpreneurs. Journal of Information Systems and Digital Technologies, 4(2), 1–23.

Kurniawan, F., & Wibowo, A. (2022). Instagram performance and sales growth among thrift fashion sellers. Business and Innovation Research Journal, 4(1), 15–25.

Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2021). Entrepreneurial competencies: A review and development agenda. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 27(4), 823–841. https://doi.org/10.1108/IJEBR-01-2021-0050

Nuryani, D., & Nugroho, A. (2023). Digital entrepreneurship readiness of Indonesian fashion SMEs. Journal of Entrepreneurship Education, 26(1), 55–70. Allied Business Academies.

Ramadhina, R., & Kharnolis, M. (2021). Keterampilan digital abad 21: Persiapan kerja siswa tata busana di era industri 5.0. Jurnal Pendidikan Tata Busana, 10(1), 149–162. Universitas Negeri Surabaya.

Ratten, V. (2023). Entrepreneurship and digital transformation in the fashion industry. Journal of Global Fashion Marketing, 14(2), 121–138. Routledge. https://doi.org/10.1080/20932685.2023.2174125

Restu Resky Satriya, A., Rachmawati Avivah, A., Muttaqin, M. F., Anggraeni, F., Amaliyah, R., & Rahmawati, I. D. (2024). Pendidikan kewirausahaan di era digital: Menyiapkan generasi inovatif dan mandiri di zaman modern. Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan, 7(2), 191–202. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Rusmana, I., Maulana, R., Baihaqi, A., Vikanda, V., & Ramadhan, A. (2021). The urgency of Indonesian Islamic fashionpreneur as part of the world's halal industry. Baskara: Journal of Business and Entrepreneurship, 4(1), 21–28. Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Sitorus, S. L., Safariningsih, R. T. H., Karsa, A. H. A. N., Komara, M. A., & Evans, R. (2025). Optimizing smart contracts and blockchain for sustainable *Digital Fashionpreneur*ship. Blockchain Frontier Technology (B-Front), 5(1), 37–48. https://doi.org/10.34306/bfront.v5i1.814

Tan, C., Lee, Y. F., & Rahim, H. (2022). Vocational education for creative industries in Southeast Asia. TVET Journal, 8(1), 1–12.

Ubihatun, R., Aliyya, A. I., Wira, F., Ardhelia, V. I., & Radianto, D. O. (2024). Tantangan dan prospek pendidikan kejuruan di era digital: Tinjauan literatur. Jurnal Kajian Ilmu Seni, Media dan Desain, 1(3), 1–11. Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya.

Vitariyanti, D. (2024). Entrepreneurial interest and career development of SMK fashion students. International Journal of Learning, Innovation and Inquiry, 12(4), 205–219.*

Copyright © 2026, Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan
ISSN 2963-7856 (print), ISSN 2961-9890 (online)

Wulandari, T., Dewi, Z. R., Tuanany, N. J., & Timan, A. (2024). Pengelolaan kelas digital entrepreneur untuk membentuk lulusan siap berwirausaha. Jurnal Pendidikan Vokasi, 6(1), 99–109. Universitas Negeri Malang.

Yang, J.-H., & Yoo, J.-J. (2023). Investigation of fashion students' interest in fashion entrepreneurship. International Journal of Costume and Fashion, 23(2), 16–26.

Zen, D. (2024). Breaking boundaries: The rise of fashion entrepreneurship in the digital age. Journal of Entrepreneurship Education, 27(3), 1–3.*

Zulfia Novrita, S., Yulastri, A., Ganefri, G., Giatman, G., Effendi, H., & Muskhir, M. (2023). Pengaruh minat berwirausaha dan kurikulum pembelajaran wirausaha terhadap kompetensi wirausaha digital mahasiswa vokasi tata busana. Indonesian Journal of Computer Science, 12(6), 3783–3794. https://doi.org/10.33019/ijcs.v12i6.3794