



**EDUPRENEUR MUDA: TRANSFORMASI IDE MAHASISWA MENJADI PRODUK  
PENDIDIKAN BERNILAI DENGAN PRODUK LKPD**

**Nurul Aditya Azizah<sup>a\*</sup>, Najwatul Istiqomah<sup>b</sup>, Selvia Azzahra Apriliandis<sup>c</sup>, Widiani Kusuma Dewi<sup>d</sup>, Ferida Rahmawati<sup>e</sup>**

<sup>a</sup> Tarbiyah dan Ilmu Keguruan/Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah; [nurul.aditya.azizah@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:nurul.aditya.azizah@mhs.uingusdur.ac.id), UIN K.H Abdurrahman Wahid;Pekalongan, Jawa Tengah

<sup>b</sup> Tarbiyah dan Ilmu Keguruan/Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah; [najwatul.istiqomah@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:najwatul.istiqomah@mhs.uingusdur.ac.id), UIN K.H Abdurrahman Wahid;Pekalongan, Jawa Tengah

<sup>c</sup> Tarbiyah dan Ilmu Keguruan/Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah; [selvia.azzahra.apriandi@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:selvia.azzahra.apriandi@mhs.uingusdur.ac.id), UIN K.H Abdurrahman Wahid;Pekalongan, Jawa Tengah

<sup>d</sup> Tarbiyah dan Ilmu Keguruan/Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah; [widiani.kusuma.dewi@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:widiani.kusuma.dewi@mhs.uingusdur.ac.id), UIN K.H Abdurrahman Wahid;Pekalongan, Jawa Tengah

<sup>e</sup> Tarbiyah dan Ilmu Keguruan/Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah; [ferida.rahmawati@uingusdur.ac.id](mailto:ferida.rahmawati@uingusdur.ac.id), UIN K.H Abdurrahman Wahid;Pekalongan, Jawa Tengah

\* Penulis Korespondensi: Nurul Aditya Azizah

**ABSTRACT**

*This research is motivated by the phenomenon of the low implementation of entrepreneurial values among education students, despite their great potential to innovate in creating creative and contextual learning products that align with 21st-century learning needs. The study aims to examine and describe the process of transforming students' creative ideas into valuable educational products through the development of digital-based Student Worksheets (LKPD) as an implementation of the edupreneurship concept in higher education. The research employs a descriptive qualitative approach with data collection techniques consisting of in-depth interviews and observations of student entrepreneurs who develop and market their LKPD through social media platforms. Data analysis was carried out through the stages of data reduction, presentation, and conclusion drawing, validated using the member check technique to ensure data credibility. The findings reveal that the use of digital design technology such as Canva serves as the main tool in developing Student Worksheets (LKPD) due to its ease of use, availability of ready-to-use templates, and minimal design skills required. Additionally, promotional strategies through social media platforms such as TikTok and Facebook significantly contribute to helping students produce educational products that are engaging, efficient, and have economic value. This entrepreneurial activity not only provides financial benefits but also strengthens students' roles as young edupreneurs who contribute to the development of technology-based learning innovations. The implications of this study emphasize the importance of institutional support in fostering a spirit of creative and sustainable entrepreneurship within academic environments*

**Keywords:** *Edupreneurship; Digital Student Worksheet (LKPD); Student Entrepreneurship*

**Abstrak**

Penelitian ini dilatar belakangi fenomena rendahnya penerapan nilai-nilai kewirausahaan di kalangan mahasiswa pendidikan, meskipun mereka memiliki potensi besar untuk berinovasi dalam menghasilkan produk pembelajaran yang kreatif, kontekstual, dan sesuai dengan kebutuhan pembelajaran abad ke-21. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan mendeskripsikan proses transformasi ide kreatif mahasiswa menjadi produk pendidikan yang bernilai melalui pengembangan Lembar Kerja Peserta Didik (LKPD) berbasis digital sebagai bentuk implementasi konsep edupreneurship di lingkungan perguruan tinggi. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dan observasi terhadap pelaku usaha mahasiswa yang mengembangkan serta memasarkan LKPD melalui platform media sosial. Proses analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi,

*Naskah Masuk 15 November 2025; Revisi 19 November 2025; Diterima 20 November 2025; Tersedia 22 November, 2025*

penyajian, dan penarikan kesimpulan yang divalidasi menggunakan teknik member check untuk memastikan kredibilitas data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi desain digital seperti Canva sebagai instrumen utama dalam pengembangan Lembar Kerja Peserta Didik (LKPD) karena kemudahan penggunaannya, ketersediaan templat siap guna, serta tidak memerlukan kompetensi desain yang mendalam. serta strategi promosi melalui media sosial TikTok dan Facebook, berkontribusi signifikan dalam membantu mahasiswa menghasilkan produk edukatif yang menarik, efisien, dan memiliki nilai ekonomi. Kegiatan kewirausahaan ini tidak hanya memberikan keuntungan finansial, tetapi juga memperkuat peran mahasiswa sebagai edupreneur muda yang berkontribusi dalam pengembangan inovasi pembelajaran berbasis teknologi. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya dukungan institusi pendidikan dalam menumbuhkan semangat kewirausahaan kreatif dan berkelanjutan di lingkungan akademik.

**Kata Kunci:** Edupreneurship; LKPD Digital; Kewirausahaan Mahasiswa

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pendidikan di era revolusi industri 4.0 dan masyarakat 5.0 menuntut adanya inovasi yang berkelanjutan dalam proses pembelajaran, tidak hanya dalam aspek pedagogis, tetapi juga dalam pengembangan sumber daya manusia yang kreatif, adaptif, dan berjiwa wirausaha. Perguruan tinggi sebagai pusat pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi diharapkan mampu menghasilkan lulusan yang tidak hanya berkompeten secara akademik, tetapi juga memiliki kemampuan untuk berinovasi, menciptakan peluang, serta memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat melalui ide-ide kreatif yang bernali ekonomi. Dalam konteks inilah, konsep edupreneurship atau kewirausahaan pendidikan menjadi sangat relevan, karena menggabungkan nilai-nilai pendidikan dengan semangat kewirausahaan yang menekankan kreativitas, inovasi, serta kemampuan menghadirkan solusi terhadap permasalahan di dunia pendidikan.

Istilah edupreneur berasal dari dua kata, yaitu education and entrepreneurship, yang secara sederhana diartikan sebagai wirausaha di bidang pendidikan. Menurut Thayyibi dan Subiyantoro (2020), edupreneurship merupakan integrasi antara dunia pendidikan dan dunia bisnis yang bertujuan untuk menghasilkan produk-produk inovatif berbasis pendidikan yang bernali ekonomis dan sosial. Dalam konteks mahasiswa, edupreneurship dapat dipahami sebagai upaya untuk mengubah ide atau gagasan akademik menjadi produk pendidikan yang memiliki manfaat luas, seperti media pembelajaran, modul digital, aplikasi pendidikan, atau Lembar Kerja Peserta Didik (LKPD) yang inovatif. Hal ini sejalan dengan arah kebijakan Kampus Merdeka yang memberikan ruang bagi mahasiswa untuk mengembangkan kreativitas, berpikir kritis, dan berpartisipasi dalam kegiatan produktif yang bernali tambah bagi masyarakat.

Di lingkungan perguruan tinggi, munculnya gerakan mahasiswa sebagai edupreneur muda menjadi fenomena menarik sekaligus strategis. Mahasiswa tidak hanya diposisikan sebagai penerima ilmu, tetapi juga sebagai pencipta inovasi pendidikan. Menurut Kurniyanto, Qomaruzzaman, dan Nurlelah (Kurniyanto & Qomaruzzaman, 2024), penerapan program edupreneurship di tingkat pendidikan menengah maupun tinggi berperan penting dalam membentuk karakter wirausaha melalui kegiatan pembelajaran yang terintegrasi dengan praktik industri atau kegiatan produksi. Dengan demikian, mahasiswa yang memiliki ide kreatif dalam bidang pendidikan dapat mengubah gagasannya menjadi produk nyata yang tidak hanya memenuhi kebutuhan belajar, tetapi juga memiliki nilai jual dan manfaat sosial. Salah satu bentuk nyata dari penerapan edupreneurship di kalangan mahasiswa adalah pengembangan Lembar Kerja Peserta Didik (LKPD) sebagai produk pendidikan inovatif. LKPD berfungsi sebagai sarana pembelajaran yang membantu peserta didik memahami materi secara mandiri melalui kegiatan terstruktur dan interaktif. Dengan kemajuan teknologi digital, LKPD kini dapat dikembangkan dalam bentuk digital interaktif yang menarik dan mudah diakses, sehingga mampu meningkatkan keterlibatan belajar peserta didik.

Transformasi ide mahasiswa menjadi produk LKPD inovatif mencerminkan kemampuan berpikir kreatif, analitis, dan solutif yang menjadi ciri khas edupreneur muda. Proses ini melibatkan serangkaian tahapan mulai dari identifikasi masalah pembelajaran, perancangan desain produk, pengujian efektivitas, hingga strategi pemasaran dan distribusi produk. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya berlatih berpikir kritis dan inovatif, tetapi juga mengembangkan keterampilan manajerial, kolaboratif, dan komunikasi yang penting bagi dunia kerja. Hal ini sejalan dengan temuan Yuni Alfiyah dan Ghozali (Alfiyah & Ghozali, 2022) yang menegaskan bahwa implementasi nilai-nilai edupreneurship dalam program studi Pendidikan Guru

Madrasah Ibtidaiyah (PGMI) mampu menumbuhkan motivasi, tanggung jawab, serta kemampuan problem solving yang tinggi di kalangan mahasiswa calon guru.

Selain berfungsi sebagai media pembelajaran, produk LKPD juga memiliki potensi ekonomi yang besar bila dikembangkan secara profesional. Produk pendidikan seperti ini dapat dijual atau digunakan secara komersial melalui platform digital seperti marketplace edukasi, media sosial, atau sistem pembelajaran daring. Pemanfaatan media digital untuk promosi produk mahasiswa terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penerimaan masyarakat terhadap produk-produk edukatif. Melalui strategi digital marketing yang tepat, mahasiswa dapat memosisikan dirinya sebagai wirausahawan muda di bidang pendidikan yang mampu bersaing secara profesional di era globalisasi.

Kehadiran teknologi digital memberikan ruang luas bagi mahasiswa untuk melakukan eksplorasi ide dan menciptakan produk pembelajaran yang kreatif. Platform desain seperti Canva menjadi salah satu contoh alat yang banyak digunakan mahasiswa dalam merancang LKPD karena kemudahan akses, fitur yang lengkap, dan fleksibilitas desainnya. Canva mampu meningkatkan efisiensi proses pembuatan media pembelajaran karena menyediakan berbagai template dan elemen desain siap pakai yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pedagogis. Dengan demikian, mahasiswa dapat memproduksi LKPD yang menarik secara visual tanpa memerlukan kemampuan desain tingkat lanjut.

Meskipun demikian, menjadi edupreneur muda bukan tanpa tantangan. Mahasiswa yang terjun dalam bidang edupreneurship seringkali menghadapi kendala seperti keterbatasan modal, kurangnya pengalaman dalam manajemen usaha, serta kesulitan menjaga konsistensi produksi dan promosi. Tantangan utama dalam wirausaha berbasis media sosial adalah menjaga kreativitas dan kontinuitas konten agar tetap menarik minat audiens. Selain itu, faktor psikologis seperti motivasi yang menurun ketika hasil penjualan tidak sesuai harapan juga menjadi hambatan yang sering dialami oleh pelaku edupreneur muda.

Dalam konteks ini, dukungan dari lingkungan akademik, dosen pembimbing, serta komunitas kampus menjadi sangat penting. Kolaborasi yang sinergis antara mahasiswa, dosen, dan institusi pendidikan dapat menjadi fondasi keberhasilan program edupreneurship. Jejaring sosial (networking) dan hubungan profesional berperan besar dalam memperluas peluang kerja sama serta memastikan keberlanjutan usaha mikro berbasis digital. Melalui pendampingan dan pembinaan yang berkelanjutan, mahasiswa dapat mengembangkan produk pendidikan yang tidak hanya bernilai jual, tetapi juga memiliki dampak sosial dan akademik yang signifikan.

Fenomena meningkatnya minat mahasiswa terhadap kewirausahaan pendidikan menunjukkan adanya perubahan paradigma dalam dunia pendidikan tinggi. Mahasiswa kini tidak hanya berfokus pada capaian akademik, tetapi juga berusaha untuk menjadi agen perubahan (change agent) yang mampu menciptakan solusi konkret melalui inovasi berbasis pendidikan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Rafiah, Khafidhatur, dan kawan-kawan (Rafiah et al., 2025) yang menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media digital secara signifikan meningkatkan kesiapan mahasiswa dalam menghadapi dunia usaha dan mendorong kepercayaan diri mereka untuk menciptakan produk yang bernilai ekonomi dan sosial.

Dalam ranah pendidikan Islam dan PGMI, konsep edupreneurship memiliki urgensi tersendiri. Mahasiswa calon guru perlu dibekali kemampuan berinovasi dan berpikir kreatif agar mampu merespons kebutuhan pembelajaran yang terus berubah. Pengembangan LKPD sebagai produk edupreneurial dapat menjadi sarana latihan berpikir kritis dan reflektif bagi mahasiswa PGMI dalam menghubungkan teori pedagogik dengan praktik nyata di lapangan. Menurut Meka (Meka et al., 2024), e-LKPD berbantuan Canva dalam model Problem Based Learning dapat meningkatkan penguasaan konsep dan kemandirian peserta didik karena memberikan pengalaman belajar yang lebih interaktif dan kontekstual.

Kreativitas mahasiswa dalam menciptakan LKPD yang relevan dengan kebutuhan abad ke-21 menjadi indikator kemampuan berpikir tingkat tinggi (Higher Order Thinking Skills/HOTS). Proses ini melibatkan kemampuan analisis, sintesis, dan evaluasi yang sejalan dengan tuntutan kurikulum Merdeka Belajar. Selain itu, kegiatan ini juga mendukung pengembangan soft skills seperti kepemimpinan, komunikasi, kerja tim, dan manajemen waktu, yang semuanya merupakan kompetensi penting dalam dunia kerja dan pendidikan modern.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami bagaimana mahasiswa sebagai generasi muda dapat mengubah ide-ide kreatifnya menjadi produk pendidikan yang konkret dan bermanfaat, serta bagaimana proses transformasi tersebut dapat membentuk karakter kewirausahaan dan kemandirian. Banyak penelitian sebelumnya berfokus pada pelatihan kewirausahaan secara umum, namun masih sedikit yang menyoroti praktik nyata mahasiswa dalam menciptakan produk pendidikan berbasis teknologi digital seperti LKPD. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji pengalaman nyata edupreneur muda dalam mengembangkan LKPD berbasis digital sebagai bentuk aktualisasi nilai-nilai edupreneurship di dunia pendidikan tinggi.

Secara konseptual, penelitian ini juga berkontribusi terhadap penguatan model pembelajaran kontekstual di perguruan tinggi yang menekankan pada pengalaman belajar berbasis proyek (project-based learning). Dengan mendorong mahasiswa menghasilkan produk nyata seperti LKPD, perguruan tinggi tidak hanya meningkatkan keterampilan akademik, tetapi juga melatih kemampuan berpikir kreatif dan solutif mahasiswa. Selain itu, kegiatan ini mendukung tujuan pendidikan nasional dalam menciptakan lulusan yang berkarakter, mandiri, dan berdaya saing global.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka yang berjudul edupreneur muda: transportasi ide mahasiswa menjadi produk pendidikan bernilai dengan produk LKPD, pembahasan difokuskan pada 4 pilar yaitu: konsep edupreneurship, Produk Pendidikan Inovatif dan Transformasi Ide Mahasiswa, Pemasaran Digital dan Penyebaran Produk Edupreneurship, Motivasi, Jaringan (Networking), dan Sustainability Edupreneur Muda.

### 2.1 Konsep Edupreneurship

Menurut Thayyibi dan Subiyantoro [18], edupreneurship dipahami sebagai integrasi antara bidang pendidikan dan kewirausahaan yang menekankan pentingnya kreativitas, inovasi, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan bersaing secara global. Penelitian yang dilakukan oleh Kurniyanto, Qomaruzzaman, dan Nurlelah [5] menjelaskan bahwa penerapan program edupreneurship di tingkat sekolah menengah dilaksanakan melalui penggabungan antara kegiatan pembelajaran dengan praktik industri secara sistematis guna membentuk karakter kewirausahaan pada peserta didik.

Berdasarkan temuan tersebut, dalam konteks pendidikan tinggi, edupreneurship tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk menyiapkan mahasiswa menjadi wirausahan, tetapi juga sebagai upaya strategis dalam membentuk agen perubahan yang mampu berinovasi serta berkontribusi terhadap peningkatan mutu pembelajaran.

### 2.2 Produk Pendidikan Inovatif dan Transformasi Ide Mahasiswa

Mahasiswa sebagai agen perubahan memiliki peluang yang luas untuk mentransformasikan gagasan menjadi produk pendidikan yang inovatif, seperti Lembar Kerja Peserta Didik (LKPD), media pembelajaran digital, maupun modul interaktif yang sesuai dengan tuntutan pembelajaran abad ke-21. Hasil penelitian Hamudiana dan Sudarwanto [4] menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi serta media interaktif mampu menciptakan lingkungan belajar yang lebih kreatif, menarik, dan bermakna bagi peserta didik.

Oleh karena itu, dalam proses pengembangan produk pendidikan, mahasiswa perlu mempertimbangkan aspek kebutuhan pengguna (peserta didik), kemudahan akses dan penggunaan, serta kesesuaian pedagogis agar produk yang dihasilkan memiliki nilai edukatif yang tinggi dan tidak berhenti pada tahap rancangan semata.

### 2.3 Pemasaran Digital dan Penyebaran Produk Edupreneurship

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, strategi pemasaran untuk produk-produk edukatif dituntut untuk beradaptasi secara dinamis terhadap perubahan perilaku dan kebutuhan pasar. Yuanichi et al. [19] menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial serta berbagai platform digital sebagai sarana promosi memiliki dampak positif terhadap penyebaran dan penerimaan karya atau produk yang dihasilkan oleh mahasiswa. Sementara itu, Mandasari dan Afriasih [8] mengemukakan bahwa penggunaan media periklanan digital berperan efektif dalam memperkenalkan produk mahasiswa kepada khalayak luas dengan biaya yang relatif efisien.

Dengan demikian, mahasiswa yang berperan sebagai edupreneur perlu mengoptimalkan penggunaan

saluran digital serta membangun citra produk yang profesional agar karya pendidikan yang dihasilkan dapat diterima secara luas, baik oleh pengguna langsung (peserta didik dan pendidik) maupun oleh pasar pendidikan secara umum.

#### **2.4 Motivasi, Jaringan (Networking), dan Sustainability Edupreneur Muda**

Motivasi kewirausahaan pada mahasiswa, sebagaimana diungkapkan oleh Yuni Alfiyah dan Ghozali [20], berakar dari dorongan untuk menghadirkan proses pembelajaran yang lebih kontekstual sekaligus memanfaatkan peluang inovasi dalam lingkungan pendidikan tinggi. Selain itu, keberlanjutan atau sustainability dari produk yang dihasilkan menuntut adanya jejaring dan kolaborasi yang sinergis antara mahasiswa, dosen, pendidik, serta lembaga pendidikan.

Sehingga produk tidak hanya berhenti pada tahap peluncuran, tetapi terus dikembangkan dan dimanfaatkan secara berkelanjutan. Kombinasi antara motivasi internal dan dukungan eksternal menjadi faktor utama yang memungkinkan seorang edupreneur muda mempertahankan serta mengoptimalkan nilai jangka panjang dari produk pendidikan yang dihasilkannya.

### **3. METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan tujuan untuk memperoleh gambaran yang mendalam mengenai proses awal terbentuknya ide bisnis, strategi pengembangan, serta kendala yang dihadapi narasumber dalam menjalankan usaha pembuatan media pembelajaran berbasis digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami pengalaman, motivasi, dan pandangan narasumber secara lebih komprehensif melalui penjabaran naratif.

Data utama dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan satu orang narasumber yang merupakan pelaku usaha pembuatan Lembar Kerja Peserta Didik (LKPD). Wawancara dilakukan secara langsung dengan panduan pertanyaan terbuka agar narasumber dapat menjelaskan pengalamannya secara bebas dan detail. Teknik ini dipilih untuk menggali informasi yang bersifat personal, seperti latar belakang munculnya ide bisnis, proses kreatif, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, hingga tantangan dan harapan yang dihadapi dalam menjalankan usaha.

Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi tidak langsung terhadap aktivitas promosi produk narasumber di media sosial seperti TikTok dan Facebook. Observasi ini bertujuan untuk memperkuat hasil wawancara dengan melihat bagaimana narasumber menerapkan strategi pemasaran digital dan interaksi dengan audiens secara nyata.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi dan menyusun kembali informasi penting dari hasil wawancara agar lebih fokus pada tujuan penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang menggambarkan secara utuh perjalanan usaha narasumber. Tahap akhir dilakukan dengan menarik kesimpulan yang menggambarkan temuan utama penelitian, yaitu bagaimana kreativitas dan pemanfaatan teknologi digital dapat menjadi peluang usaha di bidang pendidikan.

Untuk menjaga keabsahan data, peneliti melakukan proses member check, yaitu mengonfirmasi kembali hasil wawancara kepada narasumber guna memastikan bahwa informasi yang dituliskan telah sesuai dengan pengalaman dan pandangannya. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang akurat dan relevan mengenai praktik wirausaha kreatif berbasis media digital dalam konteks Pendidikan.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Pembahasan**

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, ide bisnis yang dijalankan berawal dari pengalaman pribadi saat mengajar les. Pada saat itu, narasumber merasa kebingungan karena media belajar yang digunakan muridnya kurang menarik dan tidak sesuai kebutuhan pembelajaran. Dari permasalahan tersebut, muncullah gagasan untuk membuat media pembelajaran yang lebih praktis, menarik, dan mudah digunakan yang kemudian berkembang menjadi produk Lembar Kerja Peserta Didik (LKPD).

Seiring berjalaninya waktu, narasumber semakin terinspirasi setelah melihat berbagai konten edukatif di

platform TikTok. Melalui media sosial tersebut, ia menyadari bahwa banyak pendidik kreatif yang mampu mengemas materi belajar dengan cara yang modern dan mengikuti tren. Hal inilah yang mendorong narasumber untuk mengembangkan ide bisnisnya lebih serius melalui pembuatan LKPD yang tidak hanya fungsional, tetapi juga menarik secara visual dan sesuai dengan kebutuhan pasar digital.

Dalam proses pengembangan produk, narasumber memanfaatkan Canva sebagai alat utama pembuatan LKPD. Canva dipilih karena menyediakan berbagai template siap pakai yang mudah dimodifikasi sesuai kebutuhan. Menurutnya, penggunaan Canva memberikan kemudahan dalam proses desain karena tidak memerlukan kemampuan desain tingkat lanjut. Hal ini sejalan dengan pendapat Setyawan (2021) yang menyatakan bahwa platform desain digital seperti Canva dapat meningkatkan efisiensi pembuatan media pembelajaran karena menyediakan berbagai fitur siap pakai yang mudah diakses oleh pengguna.

Usaha ini masih berjalan hingga saat ini dan terus dipromosikan melalui TikTok dan Facebook. Kedua media sosial tersebut dipilih karena dianggap paling efektif dalam menjangkau target pasar dan mempermudah penyebaran informasi produk. Narasumber mengungkapkan bahwa sebagian besar peminat berasal dari pengguna TikTok dan Facebook, khususnya kalangan guru-guru, karena konten mudah muncul di For You Page (FYP) sehingga lebih cepat dikenal. Hal ini didukung oleh temuan Rachman (2022) bahwa media sosial berperan penting dalam memperluas jangkauan promosi usaha kecil dan menengah (UKM), terutama pada generasi muda yang aktif menggunakan media digital.

Namun demikian, narasumber juga menghadapi beberapa kendala, seperti kurangnya ketelatenan dalam promosi, kekurangan ide konten, serta perasaan tidak termotivasi (down) ketika jumlah penonton (viewers) di TikTok maupun Facebook menurun. Meskipun begitu, ia tetap berusaha mempertahankan semangat dan terus memperbaiki strategi pemasaran. Sebagaimana dikemukakan oleh Rahmawati dan Prasetyo (2020), tantangan utama dalam wirausaha berbasis media sosial adalah menjaga konsistensi dan kreativitas konten agar tetap menarik bagi audiens.

Dari segi keuntungan, narasumber memperoleh pendapatan berupa uang yang digunakan sebagai tambahan uang saku. Namun, lebih dari sekedar keuntungan materi, usaha ini menuntut dedikasi dan ketelatenan tinggi dalam menghasilkan produk yang menarik. Ia juga menilai bahwa produk LKPD yang dibuatnya memiliki keunggulan dibandingkan media lain, karena lebih mudah didefinisikan dan dikembangkan sesuai kebutuhan. Template yang disediakan Canva dapat dimodifikasi sehingga hasilnya menjadi unik tanpa kehilangan fungsi utamanya sebagai bahan ajar.

Tanggapan masyarakat terhadap produk ini cukup positif. Awalnya, produk LKPD hanya dipahami dan diapresiasi oleh teman dekat, namun lama-kelamaan mulai dikenal oleh kakak tingkat dan rekan guru lainnya yang kemudian ikut memesan. Dukungan dari konsumen dan lingkungan sekitar memberikan motivasi bagi narasumber untuk terus berinovasi.

Adapun alasan narasumber memilih membuat LKPD berawal dari ketertarikannya terhadap media pembelajaran yang sederhana namun fungsional. Ia menilai LKPD lebih mudah dikembangkan dan memiliki target pasar yang jelas, yaitu kalangan pendidik. Namun, dari proses pembuatan LKPD tersebut, muncul pula keinginan narasumber untuk mengembangkan karya lain berupa buku cerita edukatif. Ia berharap pengalaman dalam membuat LKPD dapat menjadi langkah awal untuk menyusun buku cerita yang menarik namun tetap berfokus pada pembelajaran. Dengan demikian, usaha pembuatan LKPD tidak hanya menjadi produk akhir, tetapi juga fondasi bagi pengembangan ide kreatif selanjutnya di bidang literasi pendidikan.

Dalam wawancara juga terungkap bahwa narasumber memiliki harapan besar agar usahanya dapat terus berkembang. Ia ingin tetap melanjutkan usaha ini, meskipun saat ini sedang mengalami hambatan ide atau stagnasi. Ia menyadari bahwa untuk berkembang lebih luas, dibutuhkan privilege dan relasi yang dapat membuka akses kerja sama dengan pihak lain. Hal ini sesuai dengan pandangan Fitriani (2023) bahwa jaringan sosial (networking) dan relasi profesional berperan penting dalam mendukung pertumbuhan usaha mikro berbasis digital.

Secara keseluruhan, hasil wawancara menunjukkan bahwa motivasi utama narasumber adalah menciptakan produk edukatif yang bermanfaat dengan memanfaatkan tren media sosial dan teknologi digital. Usaha ini menjadi contoh nyata bahwa kreativitas dan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi dapat membuka peluang bisnis baru di bidang pendidikan.

## 4.2 PEMBAHASAN

### 4.2.1 Latar Belakang Munculnya Ide Bisnis

Narasumber memulai usaha pengembangan media pembelajaran (LKPD) sebagai respons terhadap pengalaman langsungnya dalam mengajar les privat, di mana ia menyadari kekurangan media pembelajaran yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan siswa. Fenomena ini mengindikasikan bahwa ide bisnis tersebut berasal dari identifikasi masalah praktis di lapangan (pain point) yang kemudian ditanggapi dengan solusi inovatif. Dalam literatur kewirausahaan pendidikan, pendekatan ini sejalan dengan konsep entrepreneurial opportunity, yang muncul melalui observasi terhadap kebutuhan dan kesenjangan dalam praktik pendidikan.

Selanjutnya, pengembangan ide tersebut didasari oleh inspirasi dari tren pendidikan di platform media sosial, seperti konten kreatif di TikTok, yang menunjukkan bahwa narasumber tidak hanya mengidentifikasi kesenjangan tersebut, tetapi juga merespons perkembangan tren digital serta perubahan perilaku pembelajaran.

### 4.2.2 Pengembangan Produk Berbasis Desain Digital

Narasumber memilih platform Canva sebagai instrumen utama dalam pengembangan Lembar Kerja Peserta Didik (LKPD) dikarenakan kemudahan penggunaannya, ketersediaan templat siap guna, serta tidak memerlukan kompetensi desain yang mendalam. Pendekatan ini selaras dengan kajian empiris yang menunjukkan bahwa pemanfaatan platform desain digital seperti Canva dapat meningkatkan efisiensi serta kualitas media pendidikan. Sebagai ilustrasi, penelitian Fiqri et al. (2023) mengungkapkan bahwa pendidik mampu menghasilkan media pembelajaran visual yang menarik melalui Canva, sehingga memperkuat motivasi peserta didik dan efektivitas proses belajar. (PUJIA UNISMUH)

Demikian pula, penelitian berjudul —Analisis Kebutuhan e-LKPD Berbantuan Canva— menemukan bahwa pendidik dan peserta didik sangat memerlukan media pembelajaran yang interaktif serta mudah diakses, dengan Canva dipilih karena fitur-fitur yang ramah pengguna. Oleh karena itu, temuan penelitian ini memperkuat argumen bahwa teknologi digital, khususnya desain grafis, berfungsi sebagai katalisator dalam kewirausahaan pendidikan (edu-preneurship), karena memungkinkan pelaku usaha dengan sumber daya terbatas untuk menghasilkan produk yang kompetitif.

### 4.2.3 Pemasaran Melalui Media Sosial dan Jangkauan Pasar

Narasumber memanfaatkan platform media sosial, seperti TikTok dan Facebook, sebagai kanal promosi utama, dengan pertimbangan bahwa segmen pasar sasaran (pendidik) aktif di platform tersebut dan konten mudah muncul di "For You Page" (FYP). Temuan ini konsisten dengan literatur yang menekankan peran krusial media sosial dalam memperluas cakupan usaha kecil dan menengah (UKM) serta meningkatkan interaksi pasar. Misalnya, tinjauan literatur sistematis menunjukkan bahwa adopsi media sosial secara signifikan meningkatkan kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui keterlibatan pelanggan, visibilitas merek, serta jangkauan pasar.

Kajian di Indonesia juga mengindikasikan bahwa pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan penjualan UKM di Semarang Tengah berhasil mendorong peningkatan aktivitas akun bisnis serta implementasi teknik promosi digital sederhana. Dengan demikian, strategi pemasaran yang diterapkan narasumber menunjukkan bahwa ia telah menyelaraskan model bisnisnya dengan dinamika pemasaran digital kontemporer—salah satu karakteristik kewirausahaan adaptif (adaptive entrepreneurship).

### 4.2.4 Keunggulan Produk dan Tantangan Usaha

Dari perspektif produk, narasumber menilai bahwa LKPD yang dikembangkannya memiliki keunggulan karena kemudahan dalam pengeditan dan pengembangan sesuai kebutuhan, serta templat Canva memungkinkan modifikasi sehingga hasilnya unik namun tetap fungsional. Temuan ini sejalan dengan penelitian pengembangan LKPD berbasis Canva pada mata pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS), yang menunjukkan bahwa produk tersebut valid dan layak digunakan dengan kategori "sangat valid".

Namun, dari sisi operasional usaha, narasumber menghadapi sejumlah tantangan, seperti kurangnya konsistensi konten dan promosi, ide yang terkadang klise, serta penurunan motivasi ketika jumlah tayangan atau keterlibatan menurun di media sosial. Hal ini konsisten dengan literatur yang menyatakan bahwa tantangan utama kewirausahaan berbasis media sosial adalah menjaga konsistensi konten, kreativitas, serta

motivasi pribadi untuk terus berinovasi. Sebagai contoh, penelitian mengenai branding digital dan keterlibatan bagi UKM menunjukkan bahwa keterlibatan konten (engagement) serta strategi branding digital krusial untuk keberlanjutan usaha.

Oleh karena itu, upaya narasumber untuk mempertahankan semangat dan terus memperbaiki strategi pemasaran mencerminkan bahwa kewirausahaan edukatif tidak hanya bergantung pada ide dan produk, tetapi juga pada dinamika manajemen usaha, termasuk konsistensi pemasaran dan inovasi konten.

#### **4.2.5 Motivasi, Lingkungan Sosial, dan Jaringan (Networking)**

Motivasi utama narasumber adalah menghasilkan produk edukatif yang bermanfaat serta memanfaatkan tren media sosial dan teknologi digital. Motivasi ini sangat selaras dengan konsep edupreneurship yang mengintegrasikan orientasi sosial (nilai manfaat pendidikan) dan orientasi bisnis (peluang pasar). Selanjutnya, respons masyarakat terhadap produk tersebut cukup positif - dimulai dari lingkungan terdekat kemudian meluas ke rekan pendidik - yang menunjukkan eksistensi pasar potensial serta pengaruh dukungan social terhadap keberlanjutan usaha.

Lebih lanjut, narasumber menyadari bahwa untuk ekspansi yang lebih luas diperlukan akses istimewa dan relasi professional (networking) yang dapat membuka peluang kerja sama. Hal ini sejalan dengan riset yang menunjukkan bahwa jaringan social dan relasi professional memainkan peran penting dalam pertumbuhan usaha mikro berbasis digital.

Kajian ini menunjukkan bahwa pendidik yang bertransformasi menjadi wirausahawan pendidikan tidak berdiri secara mandiri, mereka perlu membangun jaringan, memanfaatkan kolaborasi, serta memperluas kemitraan untuk skala yang lebih besar.

#### **4.2.6 Implikasi Praktis dan Konsekuensi bagi Edupreneurship**

Dari hasil penelitian ini, beberapa implikasi praktis bagi pengembangan usaha edupreneurship dapat diidentifikasi:

- Validasi produk berbasis digital: Pemanfaatan alat seperti Canva memungkinkan pengembangan media pembelajaran yang cepat, efisien, dan visual menarik—hal ini sesuai untuk pasar pendidik yang memerlukan media siap pakai dan mudah dimodifikasi.
- Pemasaran digital sebagai imperatif: Memanfaatkan media sosial menjadi strategi utama dalam menjangkau pasar berbasis digital, khususnya ketika segmen sasaran aktif di platform seperti TikTok dan Facebook.
- Manajemen konten dan motivasi: Konsistensi dalam promosi, kreativitas konten, serta pengelolaan motivasi merupakan faktor krusial agar usaha tidak mengalami stagnasi atau kemunduran.
- Jaringan dan kolaborasi: Untuk skala pengembangan yang lebih besar (misalnya ke produk buku edukatif atau kemitraan sekolah), jaringan profesional dan kerja sama strategis sangat diperlukan.
- Orientasi manfaat edukatif: Usaha yang dijalankan tidak hanya bersifat komersial, melainkan juga memiliki orientasi terhadap manfaat pendidikan—yang sekaligus menjadi keunggulan kompetitif di pasar media pembelajaran.

#### **4.2.7 Keterbatasan dan Arah Pengembangan**

Hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa narasumber mengalami stagnasi ide serta penurunan motivasi ketika keterlibatan menurun. Hal ini menunjukkan bahwa usaha edupreneurship menghadapi tantangan dalam siklus inovasi dan keberlanjutan usaha. Berdasarkan literatur, adopsi media sosial dan pemasaran digital memang memberikan dampak positif terhadap kinerja UKM, tetapi orientasi kewirausahaan (entrepreneurial orientation) serta dukungan kebijakan juga memoderasi pengaruh tersebut.

Oleh karena itu, untuk pengembangan ke depan, usaha dapat diarahkan ke:

- Diversifikasi produk (misalnya ke buku cerita edukatif seperti yang diinginkan narasumber),
- Peningkatan kompetensi pemasaran digital (termasuk analitik konten, segmentasi pasar, optimasi platform),
- Penguatan jaringan kemitraan (sekolah, penerbit, komunitas pendidik),
- Dan pengembangan model bisnis yang lebih berkelanjutan (misalnya langganan, paket cetak dan digital, lisensi sekolah).

Gagasan tersebut akan mendukung usaha tidak hanya sebagai sumber pendapatan tambahan, tetapi sebagai

entitas yang scalable dan berdampak lebih luas.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan edupreneurship yang diwujudkan melalui pengembangan produk Lembar Kerja Peserta Didik (LKD) oleh mahasiswa menunjukkan bahwa kreativitas dan pemanfaatan teknologi digital mampu menjadi sarana pembelajaran sekaligus peluang usaha yang produktif di bidang pendidikan. Ide bisnis yang lahir dari pengalaman langsung di lapangan membuktikan bahwa mahasiswa memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi permasalahan pembelajaran dan menawarkan solusi inovatif melalui produk yang fungsional serta bernilai ekonomi. Penggunaan aplikasi desain digital seperti Canva mempermudah proses pembuatan media pembelajaran yang menarik, efisien, dan relevan dengan kebutuhan pengguna, sedangkan pemanfaatan media sosial seperti TikTok dan Facebook terbukti efektif dalam memperluas jangkauan promosi produk dan meningkatkan interaksi dengan pasar sasaran.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa proses menjadi edupreneur muda menuntut ketekunan, kemampuan manajemen diri, serta strategi adaptif terhadap perubahan tren digital. Dukungan lingkungan akademik, bimbingan dosen, serta jejaring sosial yang luas terbukti berperan penting dalam menjaga keberlanjutan usaha mahasiswa. Dengan demikian, kegiatan edupreneurship tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga memiliki nilai edukatif yang tinggi karena mendorong mahasiswa untuk berpikir kritis, berinovasi, dan menghasilkan karya yang bermanfaat bagi dunia pendidikan.

Implikasi dari penelitian ini menegaskan pentingnya integrasi antara pendidikan dan kewirausahaan dalam kurikulum perguruan tinggi, khususnya di program studi kependidikan. Perguruan tinggi perlu memberikan ruang dan dukungan bagi mahasiswa untuk mengembangkan ide-ide kreatifnya menjadi produk nyata melalui kegiatan pembelajaran berbasis proyek (project- based learning). Selain itu, perlu adanya pelatihan dan pendampingan berkelanjutan dalam bidang desain digital, pemasaran daring, dan manajemen usaha agar mahasiswa dapat membangun usaha pendidikan yang berkelanjutan dan memiliki daya saing di era digital.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah subjek yang masih terbatas dan fokus pada satu jenis produk pendidikan, sehingga penelitian lanjutan disarankan untuk melibatkan lebih banyak partisipan dan variasi produk edukatif, seperti buku cerita edukatif, media pembelajaran interaktif, atau platform pembelajaran digital. Penelitian selanjutnya juga dapat mengeksplorasi model pendampingan kewirausahaan di lingkungan kampus agar kegiatan edupreneurship mahasiswa dapat berkembang secara sistematis dan berdampak lebih luas.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menguatkan bahwa edupreneur muda merupakan potret generasi inovatif yang mampu menggabungkan nilai-nilai pendidikan dengan semangat kewirausahaan. Transformasi ide mahasiswa menjadi produk LKD yang bernilai bukan hanya bentuk kreativitas individual, tetapi juga kontribusi nyata terhadap peningkatan mutu pembelajaran dan pemberdayaan ekonomi di bidang pendidikan.

## SARAN

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan produk LKD yang lebih variatif dan inovatif termasuk versi digital agar lebih menarik bagi peserta didik. Selain itu, uji coba pada jenjang kelas yang berbeda serta melibatkan guru atau praktisi pendidikan dalam proses validasi dapat meningkatkan kualitas produk. Peneliti berikutnya juga dapat menambahkan analisis sederhana terkait kelayakan usaha dan strategi pemasaran untuk memperkuat aspek edupreneurship dalam transformasi ide mahasiswa menjadi produk pendidikan yang bernilai.

## Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan kemudahan-Nya sehingga penelitian dengan judul *“Edupreneur Muda: Transformasi Ide Mahasiswa Menjadi Produk Pendidikan Bernilai melalui Pengembangan LKD Digital”* dapat terselesaikan dengan baik.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya peneliti sampaikan kepada:

1. Pihak kampus dan dosen pembimbing, yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta dukungan

- ilmiah selama proses penyusunan dan pelaksanaan penelitian ini.
2. Narasumber penelitian, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi, pengalaman, serta pandangan yang sangat berharga terkait proses pengembangan LKPD digital dan praktik edupreneurship. Tanpa kontribusi narasumber, penelitian ini tidak akan memperoleh gambaran mendalam sebagaimana yang diperlukan.
  3. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan inspirasi sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alfiyah, H. Y., & Ghazali, S. Implementasi Edupreneurship di Perguruan Tinggi. Vol 29 No (01), Pages191–210. (2022).
- [2] Fitriani, N. Peran relasi sosial dalam pengembangan usaha mikro berbasis digital. *Jurnal Ekonomi Digital dan Kewirausahaan*, Vol 5 No (2), Pages112–120. (2023).
- [3] Fiqri, Muhammad Arif dkk. Meningkatkan Keterampilan Desain Media Pembelajaran Melalui Canva Bagi Tenaga Pendidik SMP Muhammadiyah Takkalasi. *Jurnal PENA : Penelitian dan Penalaran*. (2025).
- [4] Hamudiana, R., & Sudarwanto, M. Media pembelajaran digital interaktif untuk meningkatkan kreativitas belajar siswa. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol 8 No (1). Pages 45-57, (2024).
- [5] Kurniyanto, R., Qomaruzzaman, M., & Nurlelah, S. Implementasi program edupreneurship dalam membangun karakter kewirausahaan peserta didik. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, Vol. 3 No. (1). Pages 25-34, (2021).
- [6] Kurniyanto, T., & Qomaruzzaman, M. *Manajemen Edupreneurship Dalam Pembentukan Karakter Kewirausahaan Siswa*. Vol 3 No (2), Pages 80–90. (2024).
- [7] Kuswardani, MC dkk. Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) DI KEL. PENDRIKAN LOR KEC. SEMARANG TENGAH KOTA SEMARANG. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. (2025).
- [8] Mandasari, A., & Afriasih, L. Strategi pemasaran karya mahasiswa. *Jurnal Inovasi dan Kreativitas*, Vol. 4 No. (2). (2023).
- [9] Meka, Ika Yunia. Analisis Kebutuhan e-LKPD Berbantuan Canva Model PBL untuk Meningkatkan Penguasaan konsep Membaca dan Kemandirian Peserta Didik. *Jurnal Studi Islam*, (2024).
- [10] Meka, I. Y., Sukasih, S., & Aeni, K. Empowering Conceptual Mastery and Learning Autonomy through Canva-Assisted Problem-Based Learning Worksheets. Vol 29 No (3), Pages 441–450. (2024).
- [11] Novandari, Weni dkk. Social Media Adoption and SMEs Business Performance: Examining Entrepreneurship Orientation and Government Support Policies in Central Java. *Journal The Winners*. (2023).
- [12] Rafiah, K. K., Kamal, I., & Adio, M. O. The Digital Influence on Entrepreneurial Readiness : Exploring the Role of Social Media and Entrepreneurship Education in Enhancing. *Journal Of Business and Entrepreneurship*, Vol 3 No (1), Pages 27–37, (2025).
- [13] Rachman, A. Pemanfaatan media sosial untuk promosi usaha kecil dan menengah di era digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol 9 No (1), Pages 45–56. (2022).
- [14] Rahmawati, D., & Prasetyo, B. Strategi wirausaha kreatif di media sosial: Studi pada generasi muda Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, Vol 7 No (3), Pages 203–212. (2020).
- [15] Setyawan, R. Pemanfaatan Canva dalam pembuatan media pembelajaran interaktif di era digital. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol 6 No (4), Pages 287–294. (2021).
- [16] Sitorus, David Kumala & Sumantika, Arsyad. Efektifitas Digital Branding, Peningkatan Engagement Dan Promosi Terhadap Penjualan Produk UKM Melalui Media Sosial: Eksistensi UKM Kelurahan Batu Aji. (2023).
- [17] Suwarno, Bambang dkk. The Role of Social Media in MSME Marketing: A Systematic Literature Review, *Journal Of Management, Economic, and Accounting*. (2025).
- [18] Thayyibi, M., & Subiyantoro, S. Konsep edupreneurship dan urgensinya bagi lulusan perguruan tinggi. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol 5 No (2).Pages 145-156, (2020).
- [19] Yuanichi, L., Rachmawati, D., & Nurhadi, A. Efektivitas pemasaran digital terhadap promosi produk mahasiswa di media sosial. *Journal of Global Advancement in Public Administration*, Vol 3 No (2). (2022).
- [20] Yuni Alfiyah, S., & Ghazali, M. Implementasi edupreneurship pada program studi PGMI Untuk Meningkatkan Motivasi Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol 7 No (2). Pages 77-90, (2022)