

Strategi Edupreneurship Digital Guru dalam Mendirikan Layanan Bimbingan Belajar di Tingkat MI/SD

Cintami Rizaningtya¹, Dzakiyati Yusriyah^{2*}, Masykurotun Azzah³, Puan Lenas Tsuroiya Ratmaja⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Jl. Pahlawan KM 5, Rowolaku, Kajen, Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah 51161

[¹cintami.rizaningtya@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:cintami.rizaningtya@mhs.uingusdur.ac.id)

[²dzakiyati.yusriyah@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:dzakiyati.yusriyah@mhs.uingusdur.ac.id)

[³masykurotunazzah@gmail.com](mailto:masykurotunazzah@gmail.com)

[⁴puan.lenas.tsuroiya.ratmaja@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:puan.lenas.tsuroiya.ratmaja@mhs.uingusdur.ac.id)

*Corresponding Author

Riwayat Artikel	Diterima : 17 September 2025;	Direvisi : 23 Oktober 2025;	Disetujui : 30 Oktober 2025;	Diterbitkan : 1 Nopember 2025;
-----------------	-------------------------------	-----------------------------	------------------------------	--------------------------------

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi edupreneurship guru dalam mendirikan dan mengelola layanan bimbingan belajar tingkat MI/SD. Fokus penelitian terletak pada bagaimana guru merancang dan menerapkan strategi kewirausahaan pendidikan yang adaptif, termasuk pemanfaatan teknologi digital sebagai media promosi dan pendukung operasional lembaga. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang dilaksanakan pada 29 September 2025 di Bimbel Atlantis, Pekalongan. Data diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan pendiri bimbel sebagai informan utama. Hasil penelitian menunjukkan tiga strategi utama, yaitu: perencanaan bisnis pendidikan yang menekankan layanan berkualitas dan terjangkau; strategi operasional meliputi penyesuaian kurikulum, rekrutmen tenaga pengajar, dan promosi berbasis digital; serta strategi keberlanjutan melalui transparansi keuangan, kemitraan, dan inovasi. Penelitian menyimpulkan bahwa edupreneurship guru berperan sebagai praktik transformatif yang memperluas akses pendidikan dasar.

Kata Kunci: Akses pendidikan, bimbingan belajar, digital, edupreneurship, strategi guru.

Teacher's Digital Edupreneurship Strategy in Establishing Tutoring Services at the Elementary School Level

Abstract

This study aims to describe teachers' edupreneurship strategies in establishing and managing tutoring services at the elementary/elementary school level. The focus of the study is on how teachers design and implement adaptive educational entrepreneurship strategies, including the use of digital technology as a promotional medium and operational support for the institution. The study used a qualitative approach with a case study method and was conducted on September 29, 2025, at Atlantis Tutoring Center, Pekalongan. Data were obtained through semi-structured interviews with the tutoring center's founder as the key informant. The results of the study indicate three main strategies: educational business planning that emphasizes quality and affordable services; operational strategies including curriculum adjustments, teacher recruitment, and digital-based promotions; and sustainability strategies through financial transparency, partnerships, and innovation. The study concludes that teacher edupreneurship plays a transformative role in expanding access to basic education.

Keywords: Access to education, tutoring, digital, edupreneurship, teacher strategies

PENDAHULUAN

Dunia pendidikan mengalami transformasi yang sangat menonjol di tengah-tengah zaman yang global ini, di mana guru didorong untuk mendidik sekaligus menciptakan sesuatu yang kreatif serta bisa menjadi motivator bagi peserta didiknya. Oleh karena itu, terdapat fenomena-fenomena yang terjadi dalam dunia pendidikan seperti munculnya minat dalam diri seorang guru untuk membangun usaha dalam dunia pendidikan, atau bisa disebut sebagai *edupreneurship*. *Edupreneurship* merupakan potensi perubahan dalam dunia pendidikan yang tidak hanya berorientasi pada penciptaan lulusan dalam jumlah besar, tetapi juga pada upaya menghasilkan lulusan yang berkualitas, unggul, serta memiliki daya saing tinggi guna memberikan kontribusi dan manfaat bagi banyak orang (Assingkily, n.d.).

Strategi merupakan serangkaian cara atau langkah yang dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks organisasi pendidikan, strategi bukan hanya berupa rencana, tetapi juga mencakup analisis situasi, pengambilan keputusan, serta penyesuaian langkah ketika menghadapi kendala agar tujuan dapat tercapai secara efektif dan efisien (Dan & Organisasi, 2022; No Title, n.d.). Pemahaman mengenai strategi ini menjadi penting ketika guru memasuki ruang baru dalam dunia pendidikan, yaitu *edupreneurship* digital, sebuah konsep yang memadukan kegiatan kewirausahaan dengan pemanfaatan teknologi untuk menghadirkan layanan pendidikan secara inovatif.

Integrasi nilai kewirausahaan ke dalam pendidikan menuntut munculnya model dan kerangka berpikir baru yang selaras dengan perkembangan teknologi. Kebijakan pendidikan perlu mulai menghubungkan kebutuhan masyarakat yang berubah cepat dengan karakter interaktif dan digital yang menjadi ciri utama berbagai layanan pada era saat ini. Kerangka kerja pendidikan kewirausahaan modern menekankan tiga kemampuan penting: memetakan peluang, menyelesaikan proyek, dan bertanggung jawab terhadap proses inovasi (Rochmah et al., 2025). Dalam konteks bisnis digital pendidikan, ketiga aspek tersebut menjadi dasar dalam merancang model bisnis online, seperti layanan bimbingan belajar digital, platform belajar daring, maupun sistem pemasaran berbasis media sosial.

Pentingnya pendidikan kewirausahaan telah disoroti oleh berbagai ahli, yang menyatakan bahwa keterampilan ini mampu memperkuat hubungan antara individu, masyarakat, dan ekonomi. Siswa yang terlibat dalam pendidikan kewirausahaan menunjukkan sikap lebih positif dan siap menghadapi risiko dalam memulai usaha baru. Pendidikan kejuruan, pendidikan umum, hingga pelatihan informal sama-sama berperan mempersiapkan generasi muda memasuki dunia kerja yang kini semakin digital (Mei et al., n.d.). Dalam konteks ini, guru berperan sebagai aktor *edupreneur* yang tidak hanya mengajar, tetapi juga mampu mengembangkan inovasi layanan pendidikan, termasuk melalui platform digital (Sulistiani et al., 2023; Perjuangan, 2024).

Edupreneurship menjadi pendekatan yang relevan untuk mengembangkan keterampilan wirausaha di berbagai jenjang pendidikan, termasuk sekolah dasar (SD/MI). Rochmah, Maisyaroh, dan Rochmawati menegaskan bahwa *edupreneurship* merupakan strategi integratif yang menggabungkan nilai pendidikan dan pengembangan keterampilan wirausaha untuk mencetak generasi adaptif terhadap tantangan global (Rochmah et al., 2025). Sementara itu, Wijayanti, Rahayu, dan Hikmawati menekankan bahwa praktik *edupreneurship* melalui *teaching factory* atau layanan jasa pendidikan mampu menumbuhkan jiwa wirausaha peserta didik (Wijayanti et al., 2024).

Namun demikian, perhatian terkait *edupreneurship digital* di tingkat MI/SD masih sangat terbatas. Sebagian besar penelitian edupreneurship masih berfokus pada pendidikan menengah atau vokasi, sementara praktik wirausaha digital oleh guru MI/SD – terutama dalam mendirikan dan mengelola *bimbingan belajar berbasis digital* – belum banyak dikaji. Padahal, fakta di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua sekolah dasar memiliki sarana dan prasarana untuk mendukung pembelajaran inovatif. Hal ini mendorong banyak guru untuk mendirikan layanan bimbingan belajar (bimbel) sebagai ruang optimalisasi potensi akademik peserta didik. Sayangnya, kajian mengenai bagaimana guru merancang strategi digital, membangun model bisnis online, melakukan pemasaran digital, serta memanfaatkan teknologi untuk operasional bimbel masih jarang ditemukan dalam literatur.

Beberapa penelitian sebelumnya relevan tetapi belum menyentuh aspek digital di tingkat MI/SD. Penelitian oleh Rochmah et al. (2025) lebih menyoroti konsep edupreneurship secara umum dalam pendidikan, sementara Wijayanti et al. (2024) menekankan praktik kewirausahaan melalui kegiatan kontekstual seperti *teaching factory*. Sulistiani et al. (2023) mengkaji peran guru sebagai pendukung pengembangan keterampilan siswa, tetapi tidak memfokuskan pada strategi digital untuk layanan bimbingan belajar. Dari sinilah terlihat *research gap* bahwa belum ada penelitian yang secara khusus menelaah strategi edupreneurship digital guru dalam mendirikan layanan bimbingan belajar di tingkat MI/SD.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kekosongan kajian mengenai bagaimana guru MI/SD merancang, mengimplementasikan, dan mengembangkan strategi edupreneurship digital dalam membangun layanan bimbingan belajar, baik dari sisi manajemen, model bisnis, maupun pemanfaatan teknologi digital.

Contoh nyata dari implementasi *edupreneurship* dalam bidang pendidikan dasar adalah Bimbel Atlantis, suatu badan bimbingan belajar yang berorientasi untuk peserta didik tingkat dasar. Yang menarik, penggerak awal bimbel ini bukanlah seorang guru dan tidak bekerjasama dengan yayasan sekolah, akan tetapi beliau adalah seorang dosen yang membangun bimbel dengan motivasi menumbuhkan ruang belajar kreatif dan adaptif untuk anak usia sekolah dasar. Hal ini menggambarkan bahwa *edupreneurship* dapat diciptakan oleh akademisi yang mempunyai visi untuk meningkatkan kualitas belajar pendidikan dasar meskipun sebagai pendidikan non formal. Artinya dalam pengembangannya *edupreneurship* tidak hanya berfokus pada guru formal saja.

Walaupun dalam penerapannya layanan bimbingan belajar sudah banyak, namun belum banyak penelitian yang membahas mengenai strategi yang digunakan akademisi dalam mengembangkan bimbingan belajar. Padahal wawasan tentang strategi sangat penting untuk dipahami karena menjadi pondasi untuk mengembangkan bimbingan belajar. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi *edupreneurship* yang diterapkan oleh pencetus Bimbel Atlantis dalam menciptakan dan mengelola layanan bimbingan belajar. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat membangun minat akademisi maupun guru sekolah dalam membangun dan mengembangkan inovasi edupreneurship demi menciptakan lingkungan belajar yang kreatif dan adaptif.

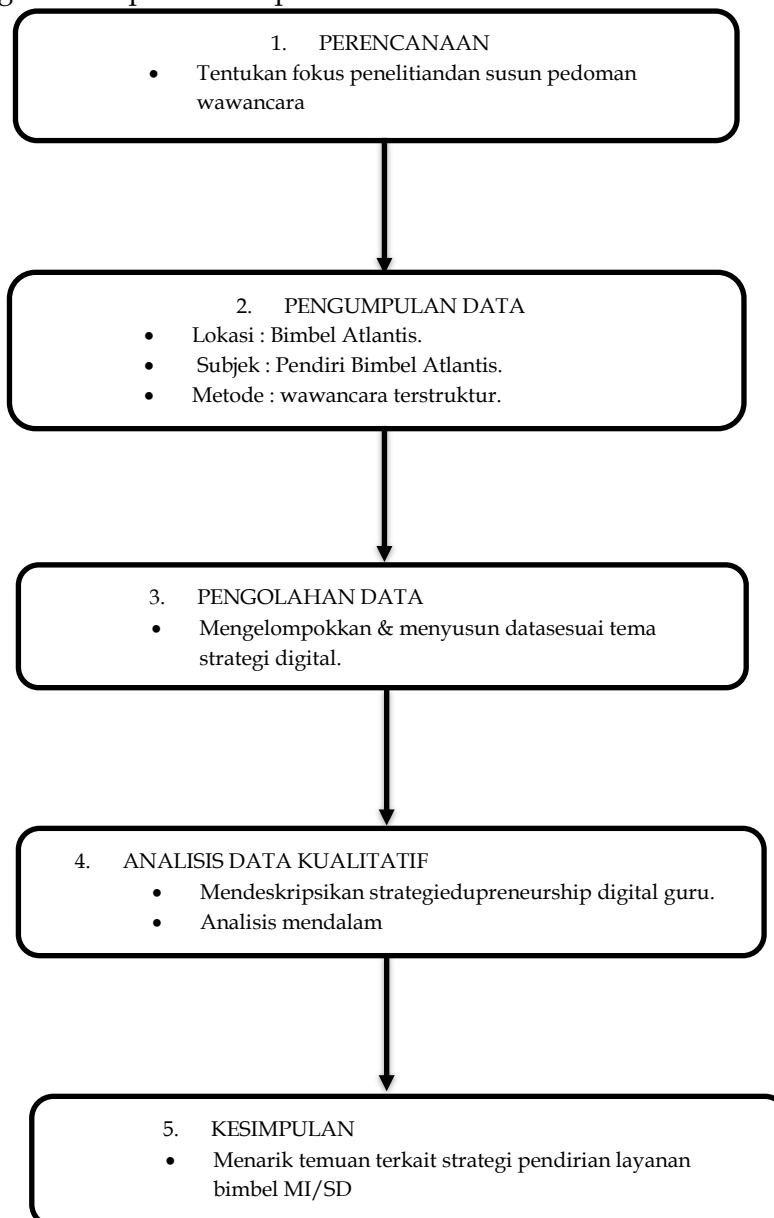
METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Peneliti menunjuk pendekatan kualitatif karena penelitian berorientasi pada penggalian secara mendalam tentang strategi yang digunakan oleh pendiri Bimbel Atlantis. Pendekatan kualitatif merupakan penelitian dengan menganalisis suatu fenomena dan ditulis secara deskriptif.

Dengan demikian, semakin detail dalam menganalisis fenomena maka semakin baik juga hasil penelitiannya (Safarudin et al., 2023).

Penelitian ini dilakukan pada 29 September 2025 di Bimbel Atlantis, yang berlokasi di. Pekalongan Selatan Kab. Pekalongan. Lokasi ini dipilih karena bimbel tersebut dikenal aktif dan melayani siswa SD/MI dan memiliki sistem manajemen yang terstruktur dan pendekatan bimbingan yang inovatif. Subjek penelitian ini adalah pendiri bimbel Atlantis sebagai informan utama. Penelitian ini dilakukan dengan melalui wawancara untuk mendapatkan informasi yang mendalam.

Adapun tahap-tahap penelitian yang kami lakukan diantaranya, perencanaan, yaitu dengan menentukan fokus penelitian dan membuat pedoman wawancara dan mengumpulkan data dengan wawancara semi-terstruktur. Kemudian informasi yang diperoleh dari wawancara dianalisis secara kualitatif dengan langkah-langkah: (1) mengolah data sesuai tema penelitian; (2) memahami keterangan narasumber; (3) mengumpulkan dan menyusun hasil wawancara tentang strategi *edupreneurship* pendiri Bimbel Atlantis dalam membangun dan mengatur manajemen layanan bimbingan belajar. Analisis dilaksanakan dengan tetap belandaskan tujuan penelitian yaitu strategi pengembangan layanan pendidikan berbasis *edupreneurship* untuk siswa Sekolah Dasar. Berikut diagram tahapan dalam penelitian ini:



Gambar 1. Tahapan Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bimbingan Belajar Atlantis dibangun bukan hanya sebagai layanan pendidikan, tetapi sebagai model edupreneurship digital yang berusaha menjawab kesenjangan akses bimbingan belajar bagi masyarakat berpenghasilan rendah. Sejak mulai beroperasi pada Oktober 2014 dan resmi pada 27 Desember 2014, strategi bisnis bimbel ini berkembang dari model konvensional menjadi memanfaatkan pendekatan digital, terutama dalam hal promosi, brand positioning, dan manajemen hubungan dengan siswa maupun orang tua. Sejalan dengan konsep edupreneurship modern, Atlantis tidak memosisikan diri sebagai lembaga “bimbel murah”, tetapi sebagai lembaga dengan value proposition: kualitas tinggi + harga terjangkau, sebuah formula yang efektif di era platform digital karena mudah ditransmisikan melalui tagline singkat pada media sosial.

Digitalisasi paling tampak pada strategi promosi. Meskipun awalnya menggunakan brosur dan promosi dari mulut ke mulut, kini Atlantis memanfaatkan media sosial, terutama Facebook, WhatsApp, dan Instagram sebagai saluran utama akuisisi siswa. Instagram digunakan untuk menampilkan konten visual (testimoni, foto kelas, dan highlight keunggulan program), sedangkan WhatsApp dimanfaatkan sebagai sales funnel melalui broadcast message, grup orang tua, dan konsultasi personal. Facebook dipakai untuk menjangkau orang tua di wilayah semi-perkotaan yang masih aktif menggunakan platform tersebut. Strategi konten digital mengutamakan pesan “Harga Murah Berkualitas”, disertai bukti kualitas seperti prestasi siswa, latar belakang pengajar, serta liputan kegiatan belajar.

Penggunaan media sosial ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga menjadi alat pertumbuhan bisnis. Data wawancara menunjukkan bahwa Bimbel Atlantis yang sempat mengalami perluasan dari Binagriya ke wilayah Batang hingga Pemalang sangat dipengaruhi oleh kemampuan lembaga membangun brand awareness melalui platform digital. Digital marketing membuat biaya promosi jauh lebih murah daripada brosur atau kerja sama sekolah, sekaligus menghasilkan jangkauan luas tanpa menambah biaya operasional, sehingga potensi pasar meningkat. Hal ini konsisten dengan penelitian (Novitasari et al., 2025) yang menegaskan bahwa digitalisasi memungkinkan lembaga pendidikan kecil menjangkau pasar yang lebih besar secara cepat karena sifatnya yang shareable, scalable, dan low-cost.

Dalam hal manajemen internal, digitalisasi juga mulai diterapkan meskipun belum maksimal. Proses evaluasi siswa (“perwalian”) awalnya dilakukan secara tatap muka, namun kini mulai menggunakan WhatsApp reporting, seperti laporan perkembangan, foto hasil evaluasi, dan jadwal pertemuan. Pola ini mempercepat komunikasi guru-orang tua dan memperkuat loyalitas pelanggan. Penguatan interaksi digital juga menciptakan customer retention, faktor penting dalam bisnis bimbel karena sebagian besar pemasukan berasal dari siswa yang bertahan lebih dari satu periode belajar. Temuan ini menguatkan konsep “digital customer engagement” dalam edupreneurship sebagaimana dijelaskan (Setiawan et al., n.d.).

Analisis kebutuhan siswa yang dilakukan Atlantis juga menggunakan prinsip bisnis digital melalui pemetaan problem masyarakat: gap antara kemampuan siswa dan tuntutan akademik sekolah, serta keterbatasan biaya bimbel yang berkualitas. Pemilik kemudian merancang layanan yang menjadi solusi langsung untuk masalah tersebut, sehingga secara tidak langsung menyusun market-fit program. Pendekatan ini mirip metode lean startup di dunia bisnis digital: mengidentifikasi masalah, membuat solusi sederhana, menguji, lalu menyesuaikan dengan

kebutuhan pasar. Pendekatan demikian menempatkan pemilik bimbel bukan hanya sebagai pendidik, tetapi sebagai edupreneur yang berorientasi pasar.

Digitalisasi juga berdampak pada sistem rekrutmen pengajar. Melalui media sosial dan jaringan digital, bimbel dapat menarik pengajar dari berbagai universitas besar, seperti UGM, Unnes, dan Unsoed. Perekrutan berbasis online ini tidak hanya memperluas peluang mencari talenta berkualitas, tetapi juga menekan biaya pencarian tenaga pengajar. Model rekrutmen berbasis digital ini banyak digunakan edupreneur muda untuk menjaga kualitas layanan pembelajaran (Maritim & Negeri, 2024).

Hambatan internal yang disebutkan komitmen pengurus dan variasi motivasi pengajar semakin terasa ketika proses manajemen belum sepenuhnya digital. Sistem monitoring pengajar belum berbasis aplikasi, sehingga pengukuran kinerja masih manual dan menyulitkan kontrol kualitas. Tantangan ini menunjukkan perlunya digital internal management system seperti absensi digital, penjadwalan otomatis, atau dashboard evaluasi. Dalam konteks edupreneurship, kelemahan SDM seperti ini merupakan masalah umum yang perlu dijawab dengan digital transformation (Setiawan et al., n.d.).

Akhirnya, dimensi sosial Bimbel Atlantis melalui program beasiswa bagi siswa kurang mampu, yatim piatu, dan jalur kemitraan UMKM, justru semakin efektif berkat digitalisasi. Informasi beasiswa dapat disebarluaskan melalui media sosial dan membantu meningkatkan brand image sebagai lembaga yang peduli masyarakat. Dampak jangka panjangnya adalah peningkatan kepercayaan publik, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan lembaga. Dengan demikian, digitalisasi bukan hanya alat promosi, tetapi menjadi elemen inti dalam memposisikan bimbel ini sebagai lembaga pendidikan yang inklusif dan berorientasi sosial.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi edupreneurship digital pada Bimbel Atlantis tidak hanya mengandalkan kualitas pembelajaran, tetapi juga memanfaatkan digital marketing, digital engagement, dan digital communication sebagai pendorong utama ekspansi dan keberlanjutan bisnis. Digitalisasi terbukti memperkuat branding, menurunkan biaya promosi, mempercepat ekspansi cabang, meningkatkan hubungan dengan orang tua, serta menciptakan model bisnis yang lebih efisien dan kompetitif.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi edupreneurship digital guru dalam mendirikan layanan bimbingan belajar tingkat MI/SD tidak hanya menempatkan guru sebagai pendidik, tetapi juga sebagai pelaku wirausaha pendidikan yang mampu memanfaatkan teknologi digital dalam perencanaan bisnis, operasional, dan keberlanjutan lembaga. Strategi perencanaan mencakup penyusunan model bisnis pendidikan yang memadukan nilai sosial dengan prinsip ekonomi digital, sementara strategi operasional diwujudkan melalui penyesuaian kurikulum, rekrutmen tenaga pengajar, serta optimalisasi media digital untuk promosi dan manajemen layanan. Adapun strategi keberlanjutan dilakukan melalui transparansi keuangan, kolaborasi masyarakat, dan inovasi berbasis teknologi untuk menjaga daya saing lembaga. Secara konseptual, penelitian ini memperkaya kajian pendidikan Islam dan pendidikan nonformal dengan memperlihatkan bagaimana integrasi teknologi digital dapat memperkuat praktik edupreneurship guru. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji aspek manajemen teknologi, model bisnis digital yang lebih spesifik, atau pengaruh platform digital terhadap perkembangan bimbel berbasis edupreneurship.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifandasari, T. (2022). *Pengembangan jiwa edupreneurship melalui kepemimpinan yang demokratis di lembaga pendidikan*. 9(1), 279–287.
- Assingkily, M. S. (n.d.). *Edupreneurship Dalam Pendidikan Dasar Islam Muhammad Shaleh Assingkily*. 5(2), 111–130.
- Dan, L., & Organisasi, S. (2022). *Literature Review Determinasi Struktur Organisasi* : 3(4), 383–395.
- Di, E., Citra, S., & Dan, B. (2022). *Jurnal abadimas adi buana*. 5(02), 145–152.
- Maritim, E. (2024). *Mengembangkan Pembelajaran Bermakna di Sekolah Dasar Melalui Konsep Edupreneurship*. Madani: Jurnal Ilmiah Multidisplin. 2(7), 169–174
- Maulia, P. R., Sanjaya, M. R., Yani, A., Sari, M., Sari, Y., Prabella, E., & Praniaga, J. (2025). *Penerapan Program Bimbingan Belajar Sebagai Upaya Peningkatan Prestasi Akademik Siswa SD di Desa Bandar*. 3(4), 1146–1150.
- Mei, H., Lee, C., & Xiang, Y. (n.d.). *Entrepreneurship Education and Students ' Entrepreneurial Intention in Higher Education*.
- Neerg, G., & Roald, G. M. (2025). *Competent to teach ? Educators ' perceptions of entrepreneurship*. 31(8), 2027–2048. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-07-2023-0712>
- No Title. (n.d.).
- Novitasari, A., & Paramita, N. P. (2024). *Edupreneurship 4.0: Eksplorasi Strategi Pembelajaran Inovatif Pendidikan Bahasa Arab di Era Digital*. Mahira: Journal of Arabic Studies & Teaching, 2(2), 115–140.
- Of, A., Based, L., The, O. N., & Of, C. (2025). *Analisis Pembelajaran Berbasis Konsep*. 4(5), 595–614.
- Perjuangan, J. E. (2024). *No Title*. 6(2), 173–179.
- Rochmah, L. M., Pendidikan, A., Pendidikan, F. I., & Malang, U. N. (2025). *Strategi dan Tantangan Implementasi Edupreneurship di Sekolah Menengah Kejuruan : Kajian Literatur Sistematis Strategies and Challenges of Implementating Edupreneurship in Vocational High Schools : A Systematic Literature Review*. 5(4), 1075–1089.
- Rohman, N. (2022). *Edupreneurship Berbasis Teknologi Digital di tinjau dari Evaluasi Program CIPP*. 1437–1452. <https://doi.org/10.30868/ei.v11i01.3062>
- Safarudin, R., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). *Penelitian Kualitatif*. 3, 9680–9694.
- Setiawan, H., Nazib, F. M., Imawanty & Muharam, H. (2025). *Penguatan Jiwa Edupreneurship Guru Untuk Mendukung Kemandirian Sekolah*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Garut. 4(1), 9–14
- Sipon, M., Rahman, F. A., Kalthom, U., & Manaf, A. (2015). *Teacher ' s Entrepreneurial Pedagogical Content Knowledge Roles in Human Resource Development*. 2(1).
- Sulistiani, I., Nugraheni, N., Guru, P., Dasar, S., & Semarang, U. N. (2023). *Makna Guru Sebagai Peranan Penting Dalam Dunia*. 3, 1261–1268.
- Syed, R. T., Tariq, U., Arnaut, M., & Agrawal, R. (2024). *Entrepreneurship educator : a vital cog in the wheel of entrepreneurship education and development in universities*. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00433-0>
- Wijayanti, R. W., Widya, Z., Ning, R., & Hikmawati, H. (2024). *Pengembangan Program Edupreneurship dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan di Sekolah Menengah Kejuruan*. 14(1), 14–29. <https://doi.org/10.33367/ji.v13i3.5200>