

Pemanfaatan Media Digital Dalam Implementasi Edupreneurship Pada Bimbel AHE Sebagai Lembaga Pendidikan Alternatif Untuk Siswa MI/SD

Aghitsna Sabilal Chaqq^{1*}, Fina Idamatusilmi², Fina Rahma³, Intan Rahmawati⁴, Safila Novianti⁵, Ferida Rahmawati⁶

^{*1,2,3,4,5,6}UIN KH. Abdurrahman Wahid, Jl. Pahlawan Km. 5, Rowolaku Kajen Pekalongan, 51161

[¹^{*}](mailto:aghitsna.sabilal.chaqq@mhs.uingusdur.ac.id)

[²](mailto:fina.idamatusilmi@mhs.uingusdur.ac.id)

[³](mailto:fina.rahma@mhs.uingusdur.ac.id)

[⁴](mailto:intan.rahmawati@mhs.uingusdur.ac.id)

[⁵](mailto:safila.novianti@mhs.uingusdur.ac.id)

[⁶](mailto:ferida.rahmawati@uingusdur.ac.id)

^{*}Corresponding Author

Diterima : 27 September 2025; Direvisi : 11 Oktober 2025; Diterbitkan : 13 Nopember 2025;

Abstrak

Implementasi edupreneurship pada Bimbel AHE di Simbangkulon, Pekalongan, menggambarkan inovasi pendidikan nonformal yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap pembelajaran tambahan bagi siswa MI/SD. Melalui pendekatan pembelajaran yang fleksibel, metode interaktif, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi, Bimbel AHE berhasil menciptakan lingkungan belajar yang menarik dan adaptif terhadap kebutuhan peserta didik. Strategi bisnis digital yang diterapkan meliputi pemasaran melalui media sosial, sistem pendaftaran online, serta penggunaan platform digital untuk komunikasi dengan orang tua siswa, yang terbukti efektif meningkatkan jangkauan pasar dan efisiensi operasional lembaga. Keberhasilan lembaga ini tidak hanya terlihat dari meningkatnya jumlah siswa, tetapi juga dari kontribusinya dalam pemberdayaan tenaga pendidik muda melalui kesempatan menjadi tutor profesional. Edupreneurship yang diterapkan mencerminkan perpaduan antara nilai pendidikan dan kewirausahaan sosial yang berkelanjutan, sehingga Bimbel AHE dapat menjadi model inspiratif bagi lembaga pendidikan alternatif lainnya di Indonesia.

Kata Kunci: Bisnis Digital, Edupreneurship, Pendidikan Nonformal

Utilization of Digital Media in the Implementation of Edupreneurship at AHE Tutoring as an Alternative Educational Institution for MI/SD Students

Abstract

The implementation of edupreneurship at Bimbel AHE in Simbangkulon, Pekalongan, illustrates non-formal educational innovation that is able to respond to the community's need for additional learning for MI/SD students. Through a flexible learning approach, interactive methods, and the use of digital media as a means of promotion, Bimbel AHE has succeeded in creating an attractive learning environment that is adaptive to the needs of students. The digital business strategies implemented include marketing through social media, an online registration system, and the use of digital platforms for communication with students' parents, which have proven effective in increasing the institution's market reach and operational efficiency. The success of this institution is not only evident in the increasing number of students but also in its contribution to empowering young educators through opportunities to become professional tutors. The edupreneurship approach reflects a combination of educational values and sustainable social entrepreneurship, making AHE Tutoring a model of inspiration for other alternative educational institutions in Indonesia. The implementation of edupreneurship at AHE Tutoring in Simbangkulon, Pekalongan, exemplifies non-formal educational innovation that is able to respond to the community's need for additional learning opportunities for MI/SD students. Through a flexible learning approach, interactive methods, and the use of digital media as a promotional tool, AHE Tutoring has succeeded in creating an environment.

Keywords: Digital Business, Edupreneurship, Non-Formal Education

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan salah satu komponen kunci dalam meningkatkan kualitas kecerdasan manusia. Pada tingkat dasar, yaitu Madrasah Ibtidaiyah dan Sekolah Dasar, pendidikan yang efektif memiliki dampak signifikan terhadap perkembangan kognitif, afektif, dan psikomotorik siswa. Namun, kenyataannya banyak siswa kesulitan memahami kurikulum sekolah, yang berdampak negatif pada kualitas pembelajaran mereka. Kondisi ini menunjukkan perlunya inovasi dalam penyediaan layanan pendidikan yang dapat memenuhi kebutuhan siswa secara lebih menarik dan personal.

Salah satu jenis inovasi yang populer di masyarakat adalah keberadaan lembaga bimbingan belajar (bimbel). Bimbingan belajar tidak hanya berfungsi sebagai panduan bagi siswa untuk memahami materi, tetapi juga berperan sebagai komponen dalam pengembangan model edupreneurship. Edupreneurship, yang merupakan jembatan antara pendidikan dan bisnis, berfokus pada pertumbuhan kreatif, inovatif, dan berkelanjutan dalam bisnis pendidikan. Di era digital saat ini, transformasi bisnis pendidikan melalui pemanfaatan teknologi digital menjadi keniscayaan. Bisnis digital dalam konteks pendidikan memungkinkan lembaga bimbingan belajar untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, serta menciptakan pengalaman pembelajaran yang lebih interaktif melalui platform online, media sosial, dan sistem manajemen pembelajaran berbasis teknologi. Dengan demikian, keberadaan bimbingan belajar dapat dilihat sebagai solusi yang tidak hanya meningkatkan prestasi siswa tetapi juga menciptakan peluang bisnis di bidang pendidikan.

Penelitian terdahulu menunjukkan pentingnya integrasi edupreneurship dan bisnis digital dalam pendidikan. Penelitian tentang Griya Bimbel Kwayangan (Kewirausahaan, 2025) mengkaji edupreneurship berbasis guru SD yang menunjukkan bahwa strategi pembelajaran inovatif yang dikombinasikan dengan pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan daya saing lembaga bimbingan belajar lokal. Studi ini mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi pengelola bimbel, mulai dari keterbatasan sumber daya hingga persaingan dengan lembaga besar, namun juga menunjukkan dampak positif terhadap pemberdayaan guru sebagai edupreneurs yang mampu menciptakan peluang ekonomi baru melalui pendidikan (Kepulauan et al., 2025).

Dalam konteks pemasaran digital, penelitian pada MIS Abdurrahman (Efektifitas, n.d.) mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran digital di lembaga pendidikan dasar dan menemukan bahwa 55% responden menyatakan sangat setuju bahwa pemasaran digital dapat membantu lembaga pendidikan memasarkan jasa mereka secara efektif. Temuan ini memperkuat argumen bahwa transformasi digital bukan hanya pilihan, melainkan kebutuhan strategis bagi lembaga pendidikan di era modern. Sejalan dengan itu, penelitian di SMKN 1 (Nuranita, 2022) menunjukkan bahwa media sosial seperti Instagram, YouTube, dan website terbukti efektif dalam pemasaran pendidikan karena mudah diakses dan memiliki peluang besar dalam membangun hubungan dengan konsumen. Platform-platform ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi dua arah yang memperkuat engagement antara lembaga pendidikan dengan stakeholdernya.

(Nurmalasari et al., 2020) dalam penelitiannya tentang manajemen strategik pemasaran pendidikan berbasis media sosial menekankan bahwa lembaga pendidikan yang mengadopsi strategi digital marketing secara terstruktur cenderung memiliki visibilitas yang lebih tinggi dan mampu menarik minat calon siswa dengan lebih efektif. Penelitian ini juga menggarisbawahi pentingnya konsistensi konten, interaksi aktif dengan audiens, dan penggunaan data analytics

untuk mengoptimalkan strategi pemasaran. Keempat penelitian tersebut memberikan landasan teoretis yang kuat bahwa integrasi edupreneurship dengan bisnis digital merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan kualitas dan keberlanjutan lembaga pendidikan nonformal, khususnya bimbingan belajar.

Bimbel AHE didirikan sebagai salah satu contoh praktik edupreneurship di tingkat lokal yang mengadopsi prinsip-prinsip bisnis digital dalam operasionalnya. Dengan memanfaatkan metode pengajaran interaktif, bimbingan individual, dan teknologi digital, Bimbel AHE bertujuan untuk membuat proses pengajaran bagi siswa MI/SD menjadi lebih efektif dan menarik. Tidak hanya itu, kerja profesional dan terstruktur dengan baik membuat Bimbel AHE lebih dari sekadar organisasi pembelajaran, ia juga menjadi model bisnis pendidikan inovatif yang dapat menawarkan manfaat ganda, yaitu peningkatan kualitas pembelajaran siswa sekaligus pengembangan kewirausahaan pendidikan yang berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana Bimbel AHE berfungsi sebagai inovasi edupreneurship dalam meningkatkan kualitas pembelajaran siswa MI/SD dan bagaimana strategi pembelajaran yang diterapkan dapat menghasilkan hasil yang signifikan dalam hal kualitas proses pembelajaran serta bagaimana implementasi bisnis digital berkontribusi terhadap keberlanjutan dan pengembangan lembaga. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis maupun praktis bagi pengembangan lembaga pendidikan nonformal lainnya yang ingin mengintegrasikan edupreneurship dan bisnis digital dalam model operasional mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan memperoleh gambaran mendalam mengenai implementasi edupreneurship pada Bimbel AHE sebagai lembaga pendidikan alternatif bagi siswa MI/SD. Subjek penelitian adalah pengelola sekaligus tutor Bimbel AHE, sedangkan objek penelitian adalah strategi dan praktik pelaksanaan edupreneurship dalam kegiatan pembelajaran.

Penelitian dilaksanakan secara langsung di Bimbel AHE yang berlokasi di Simbangkulon pada tanggal 25 September 2025, dengan menyesuaikan jadwal kegiatan belajar dan operasional bimbel. Instrumen utama yang digunakan adalah peneliti sendiri dengan bantuan pedoman wawancara sebagai instrumen pendukung. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pengelola sekaligus tutor, serta observasi langsung terhadap aktivitas pembelajaran. Pemilihan informan dilakukan secara purposive, yaitu dengan mempertimbangkan relevansi dan keterlibatan langsung informan dalam pelaksanaan kegiatan bimbel.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif model Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap reduksi data, peneliti melakukan proses pemilihan, penyederhanaan, dan transformasi data mentah yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Data-data yang tidak relevan dengan fokus penelitian dipisahkan, sementara informasi penting terkait strategi edupreneurship, metode pembelajaran, pemanfaatan teknologi digital, dan pengelolaan operasional bimbel dikategorikan berdasarkan tema-tema yang muncul. Proses coding dilakukan untuk mengidentifikasi pola-pola bermakna dalam data, sehingga memudahkan analisis lebih lanjut.

Tahap penyajian data dilakukan dengan menyusun informasi yang telah direduksi ke dalam bentuk narasi deskriptif, matriks, dan diagram alur yang memudahkan pemahaman

terhadap hubungan antar-kategori data. Penyajian data ini dirancang secara sistematis untuk menggambarkan implementasi edupreneurship di Bimbel AHE, mulai dari aspek perencanaan, pelaksanaan pembelajaran, strategi pemasaran digital, hingga evaluasi program. Dalam tahap ini, peneliti juga melakukan triangulasi data dengan membandingkan hasil wawancara dengan temuan observasi untuk memastikan validitas dan kredibilitas data.

Tahap penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan tahap akhir analisis data, di mana peneliti menarik makna dari data yang telah disajikan dengan mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan kausal yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Kesimpulan awal yang diperoleh kemudian diverifikasi kembali dengan meninjau catatan lapangan dan transkrip wawancara untuk memastikan konsistensi interpretasi. Proses verifikasi dilakukan secara berulang hingga diperoleh kesimpulan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Proses analisis dilakukan secara berkesinambungan sejak awal hingga akhir penelitian untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif mengenai implementasi edupreneurship di Bimbel AHE.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bimbingan Belajar (Bimbel) AHE Prisma Simbangkulon merupakan lembaga pendidikan nonformal yang hadir sebagai bentuk respon terhadap meningkatnya kebutuhan masyarakat akan pendidikan tambahan bagi anak-anak tingkat TK hingga SD/MI di wilayah Simbangkulon, Kabupaten Pekalongan. Lembaga ini berfokus pada penguasaan kemampuan dasar seperti membaca, menulis, dan berhitung melalui metode pembelajaran yang inovatif, adaptif, dan menyenangkan. Kehadiran bimbel seperti AHE mencerminkan fenomena shadow education atau pendidikan bayangan, di mana lembaga pendidikan nonformal berperan melengkapi fungsi sekolah formal (Yanda et al., 2022). Fenomena ini juga sejalan dengan temuan (Cathrin et al., 2023) yang menyatakan bahwa peningkatan permintaan bimbingan belajar di tingkat dasar di Indonesia terjadi karena banyak orang tua merasa bahwa sekolah formal belum sepenuhnya mampu memenuhi kebutuhan literasi dasar anak.

Fleksibilitas waktu menjadi salah satu keunggulan utama Bimbel AHE. Jadwal belajar disesuaikan dengan kebutuhan siswa dan orang tua, dengan waktu pelaksanaan yang bervariasi mulai dari pukul 07.00 hingga 16.00 WIB. Sistem ini menunjukkan pendekatan student-centered learning yang menyesuaikan ritme dan kondisi peserta didik. Menurut teori flexible learning oleh (Collis, 2018), fleksibilitas waktu dan metode dalam proses belajar mengajar dapat meningkatkan motivasi belajar serta keterlibatan siswa dalam kegiatan pembelajaran. Dengan demikian, strategi fleksibilitas waktu yang diterapkan AHE Prisma Simbangkulon bukan hanya taktis, tetapi juga memiliki dasar pedagogis yang kuat.

Fasilitas yang tersedia di Bimbel AHE juga mendukung terciptanya lingkungan belajar yang nyaman dan aman. Ruang kelas dilengkapi dengan pendingin udara (AC) serta dirancang dengan konsep child-friendly environment, yaitu suasana belajar yang menekankan keamanan dan kenyamanan anak. Selain itu, siswa mendapatkan modul pembelajaran khusus yang disusun berdasarkan metode AHE, sehingga pembelajaran dapat dilakukan secara bertahap sesuai kemampuan individu. Pendekatan ini sesuai dengan prinsip differentiated instruction menurut Tomlinson (2017), di mana guru menyesuaikan bahan ajar dan strategi pembelajaran agar sesuai dengan perbedaan kebutuhan dan gaya belajar siswa. Dengan cara ini, setiap siswa dapat berkembang secara optimal tanpa merasa tertinggal atau terbebani.

Dari sisi biaya, Bimbel AHE menawarkan harga yang terjangkau dengan layanan profesional dan fasilitas lengkap. Hal ini memperkuat posisi lembaga sebagai bentuk pendidikan

alternatif yang inklusif. Menurut penelitian Chen dan Sun (2021), aksesibilitas biaya dalam pendidikan nonformal menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberlanjutan dan persepsi positif masyarakat terhadap lembaga bimbingan belajar. Keterjangkauan biaya menjadi bagian dari strategi sosial AHE untuk memastikan bahwa pendidikan dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat, terutama di daerah semi perkotaan seperti Simbangkulon.

Dalam hal promosi, AHE Prisma Simbangkulon menerapkan strategi pemasaran yang kreatif dan berbasis hubungan (*relationship marketing*). Salah satu bentuknya adalah pemberian penghargaan kepada siswa yang naik level dan publikasi momen tersebut di media sosial seperti Instagram. Strategi ini efektif dalam membangun citra positif lembaga dan memperkuat loyalitas siswa serta orang tua. Menurut (Kotler & Keller, n.d.), pendekatan *relationship marketing* berfokus pada penciptaan hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui pengalaman positif, sehingga mampu membangun kepercayaan dan loyalitas yang berkelanjutan. Selain itu, pencantuman lokasi lembaga di Google Maps menunjukkan penerapan *digital marketing strategy* sebagaimana dikemukakan oleh Chaffey dan Ellis Chadwick (2019), bahwa kehadiran digital merupakan faktor penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas lembaga pendidikan.

Pemanfaatan teknologi digital dalam operasional Bimbel AHE tidak hanya terbatas pada aspek promosi dan branding, tetapi juga mencakup sistem administrasi dan komunikasi yang terintegrasi. Sistem pendaftaran online berbasis web yang diterapkan memungkinkan calon siswa untuk melakukan pendaftaran secara daring, mengunggah berkas persyaratan, dan menerima notifikasi status pendaftaran secara otomatis, sehingga mengurangi beban administrasi manual dan mempercepat proses penerimaan siswa baru. Penelitian pada AHE Legok Permai menunjukkan bahwa implementasi sistem pendaftaran online menghasilkan tingkat kepuasan tinggi pada kemudahan navigasi dan pelacakan status pendaftaran, meskipun terdapat beberapa masukan untuk peningkatan transparansi dan pengalaman pengguna (Fuadi et al., 2025). Dengan sistem ini, Bimbel AHE dapat mengelola data siswa secara lebih efisien, akurat, dan terstruktur, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan pendidikan.

Selain sistem pendaftaran online, komunikasi digital melalui platform WhatsApp menjadi salah satu strategi efektif yang diterapkan Bimbel AHE dalam membangun keterlibatan orang tua dalam proses pembelajaran anak. Aplikasi WhatsApp memungkinkan guru berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang tua untuk memberikan informasi dan melakukan proses pembelajaran secara efektif dan tepat sasaran (Pertiwi, 2022). Penggunaan WhatsApp sebagai media komunikasi dipilih karena sangat praktis, memudahkan proses komunikasi, dan penyebaran informasi baik dalam bentuk tulisan, foto, video atau file, serta seluruh warga sekolah dan orang tua siswa sudah menggunakan aplikasi tersebut (Rahmadhani, 2023). Melalui grup WhatsApp kelas, tutor dapat menyampaikan perkembangan belajar siswa, jadwal pembelajaran, serta memberikan konsultasi kepada orang tua secara real-time, sehingga tercipta kolaborasi yang kuat antara lembaga dan keluarga dalam mendukung kemajuan akademik anak.

Implikasi dari pemanfaatan WhatsApp oleh guru dan orang tua siswa dapat meningkatkan komunikasi, membuat komunikasi menjadi lebih interaktif, meningkatkan kerja sama, menjadi media informasi di antara keduanya, serta mengurangi penggunaan surat sebagai sarana komunikasi (Rahmadhani, 2023). Hal ini sejalan dengan temuan bahwa WhatsApp Gateway dinilai sangat praktis dan mudah bagi orang tua murid untuk menerima informasi secara online, serta memudahkan petugas dalam mengelola administrasi dan informasi (Siti et al., 2021). Dengan demikian, integrasi teknologi digital dalam bentuk sistem pendaftaran online

dan komunikasi berbasis aplikasi pesan instan tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat ekosistem pendidikan yang kolaboratif dan responsif terhadap kebutuhan siswa dan orang tua. Strategi digital ini menjadi salah satu pilar utama kesuksesan Bimbel AHE dalam mengembangkan model edupreneurship yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perkembangan teknologi di era digital.

Dari sisi tanggapan masyarakat, Bimbel AHE mendapatkan sambutan positif. Sejak awal berdiri pada 15 November 2022, lembaga ini hanya memiliki satu siswa, namun kini jumlahnya telah meningkat menjadi sekitar 300 siswa dari jenjang TK hingga SD/MI. Antusiasme masyarakat yang tinggi menunjukkan adanya kepercayaan terhadap kualitas layanan lembaga. Fenomena ini sejalan dengan konsep word of mouth marketing (Arndt, 1967), di mana kepuasan dan pengalaman positif pelanggan menjadi media promosi paling efektif karena disampaikan secara alami melalui rekomendasi. Dengan demikian, kredibilitas AHE tumbuh dari reputasi yang dibangun melalui mutu layanan dan komunikasi interpersonal yang baik.

Latar belakang pendirian Bimbel AHE juga menarik untuk dikaji dari perspektif teori kewirausahaan pendidikan (educational entrepreneurship). Pendiri lembaga ini memiliki pengalaman mengajar di sekolah formal dan memutuskan untuk tetap berkontribusi di dunia pendidikan setelah berhenti bekerja karena tanggung jawab keluarga. Menurut (Listyaningsih et al., 2024), pengalaman pendidikan dan pelatihan mengajar dapat menumbuhkan entrepreneurial intention seseorang untuk menciptakan lembaga pendidikan alternatif. Pendiri AHE memanfaatkan human capital berupa pengetahuan pedagogis dan pengalaman profesional untuk mendirikan usaha sosial yang berorientasi pada pendidikan anak-anak. Dukungan keluarga, seperti restu orang tua dan izin suami, juga memperkuat self-efficacy pendiri dalam menjalankan lembaga, sebagaimana ditegaskan oleh (Jiatong et al., 2021) bahwa dukungan sosial merupakan salah satu determinan penting dalam membangun kepercayaan diri untuk memulai wirausaha pendidikan.

Selain berfokus pada anak didik, AHE juga berperan dalam memberdayakan mahasiswa pendidikan yang baru lulus dengan memberikan kesempatan bagi mereka untuk menjadi tutor. Hal ini sejalan dengan konsep empowerment-based education (Zimmerman, 2020), di mana pendidikan bukan hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga menciptakan ruang bagi individu untuk berkontribusi dan mengembangkan kompetensi profesional. Dengan demikian, AHE tidak hanya berdampak pada peningkatan literasi anak-anak, tetapi juga membantu membentuk sumber daya manusia muda yang siap berkiprah di bidang pendidikan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan Bimbel AHE Prisma Simbangkulon berperan strategis dalam menjembatani kebutuhan pendidikan dasar di masyarakat, memperkuat budaya literasi, dan menciptakan ekosistem pembelajaran yang kolaboratif. Keberhasilan lembaga ini tidak hanya ditopang oleh aspek manajerial dan fasilitas yang memadai, tetapi juga oleh visi sosial pendirinya untuk menjadikan pendidikan sebagai sarana pemberdayaan dan pembangunan komunitas, serta kemampuan lembaga dalam mengadopsi teknologi digital sebagai bagian integral dari strategi edupreneurship yang berkelanjutan.

Tabel 1. Data Tutor

Nama Tutor	Mata Pelajaran yang di ajarkan	Lama Mengajar	Latar Belakang Pendidikan	Pengalaman dan Pendekatan Mengajar	Tantangan dan Cara Mengatasinya
Kuny Feby Rusydayy	Callistung	1 Tahun	UIN KH Abdurrahman	Baru terjun di dunia bimbel, mengenali karakter anak	Kesulitan menghadapi mood anak yang berubah-

Nama Tutor	Mata Pelajaran yang di ajarkan	Lama Mengajar	Latar Belakang Pendidikan	Pengalaman dan Pendekatan Mengajar	Tantangan dan Cara Mengatasinya
			Wahid Pekalongan (PGMI)	sebagai pendekatan personal	ubah, diatasi dengan memahami karakter anak
Ria Ariska	Bahasa Inggris	2 Bulan	UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan (Tadris Bahasa Inggris)	Pernah mengajar les privat dan berhasil membantu siswa meraih nilai tertinggi	Tantangan membuar anak tertarik dan fokus, diatasi dengan pendekatan menyenangkan dan interaktif
Almafita Maulida	Les Baca Tulis Ahe, Cermat	2 Tahun	SMK	Mengajar anak-anak dengan sabar hingga siswa mampu menguasai materi	Tantangan suasana hati anak yang mudah berubah

Sumber: Daftar nama tutor di bimble AHE simbang kulon

SIMPULAN

Implementasi edupreneurship pada lembaga pendidikan nonformal seperti bimbingan belajar menunjukkan potensi besar dalam meningkatkan kualitas pembelajaran dan memperluas akses pendidikan di tingkat dasar. Melalui integrasi metode pengajaran yang inovatif, sistem pembelajaran yang fleksibel, serta pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana komunikasi dan promosi, lembaga pendidikan alternatif mampu menciptakan lingkungan belajar yang efektif, menarik, dan responsif terhadap kebutuhan siswa. Keberhasilan model edupreneurship tidak hanya terletak pada aspek keberlanjutan ekonomi lembaga, tetapi juga pada dampak sosial yang dihasilkan, seperti pemberdayaan tenaga pendidik muda, peningkatan motivasi belajar siswa, dan kontribusi nyata terhadap pemerataan akses pendidikan berkualitas. Untuk mengoptimalkan peran edupreneurship dalam ekosistem pendidikan nasional, diperlukan peningkatan kompetensi pengajar secara berkelanjutan, inovasi kurikulum yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, serta kolaborasi strategis antara lembaga pendidikan, pemerintah, dan masyarakat dalam menciptakan sistem pendidikan alternatif yang inklusif, inovatif, dan berkelanjutan guna mendukung peningkatan mutu pendidikan Indonesia secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Arndt, J. (1967). Role of Product-Related Conversations in the Diffusion of a New Product. *Journal of Marketing Research*, 4(3), 291-295.
- Cathrin, S., Hanum, F., Irene, S., Dwiningrum, A., & Efianingrum, A. (2023). *The Problem of Affordable Education in Indonesia: The Emergence of Online Tutoring Services at the Primary Education Level*. 11(2), 215-224.
- Collis, B. (2018). *Flexible Learning in a Digital World: Experiences and Expectations*.
- Efektifitas, P. D. A. N. (n.d.). *Seminar Nasional Dies Natalis Ke-41 Digital Marketing Pada Lembaga Pendidikan* : 129-138.
- Fuadi, A. L., Abdul, A., Tjindarbumi, A., & Mawaddah, R. A. (2025). *Perancangan Sistem Pendaftaran Online Berbasis Web Menggunakan Metode Prototype pada AHE Legok Permai*. 3(3), 436-443.
- Jiatong, W., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M. S., & Mirza, F. (2021). *Impact of Entrepreneurial Education , Mindset , and Creativity on Entrepreneurial Intention : Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy*. 12(August). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.724440>
- Kepulauan, U. R., Kepulauan, U. R., Kepulauan, U. R., Hukum, F., Kepulauan, U. R., Kepulauan, U. R., Sagulung, K., Mahasiswa, E., Anak, L., Dini, U., & Calistung, B. (2025). *Implementasi*

- Edupreneur Mahasiswa Dalam Menumbuhkan Literasi Anak Usia Dini Melalui Bimbel Calistung Di Kavling Kamboja Kecamatan Sagulung Kota Batam. 14(November), 752-764.*
- Kewirausahaan, D. A. N. (2025). *Peran Guru Sd Sebagai Edupreneur : Motivasi , Strategi , Tantangan. 2(5), 46-52.*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (n.d.). *Marketing Manaaemen.*
- Listyaningsih, E., Mufahamah, E., Ibarra, F. P., Ruby, M., & Delos, H. M. (2024). *Entrepreneurship education , entrepreneurship intentions , and entrepreneurship motivation on students ' entrepreneurship interest in entrepreneurship among higher education students. 16(3), 297-313.*
<https://doi.org/10.1177/17577438231217035>
- Nuranita, S. W. (2022). *Pengelolaan Strategi Pemasaran Lembagaefektifitas, P. D. A. N. (N.D.). Seminar Nasional Dies Natalis Ke-41 Digital Marketing Pada Lembaga Pendidikan : 129-138. Pendidikan Berbasis Sosial Media Di Smkn 1 Sragen. 02, 149-155.*
<https://doi.org/10.15642/JAPI.2019.1.1.149-155>
- Nurmalasari, N., Masitoh, I., Studi, P., Pascasarjana, M., Galuh, U., Strategi, M., Pendidikan, P., & Sosial, M. (2020). *Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial. 4(3).*
- Pertiwi, R. P. (2022). *Penggunaan Aplikasi Whatapp Dalam Pembelajaran Daring di Tingkat Sekolah Dasar. 4(1), 1-11.*
- Rahmadhani, N. J. (2023). *Pemanfaatan Aplikasi Whatsapp Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Guru Kelas I C dengan Orang Tua Siswa di SDS IT Sulthoniyah Sambas Tahun Pelajaran 2022-20223. 1(3), 472-482.*
- Siti, T., Lestari, M., Jaya, S. M., Berbasis, N., & Whatsapp, W. (2021). *Perancangan Sistem Informasi Berbasis Web Melalui Whatsapp Gateway Studi Kasus Sekolah Luar Biasa-Bc Nurani. Xi(1), 38-44.*
- Yanda, F., Ismail, L., Anita, A., & Ayuningtyas, L. P. (2022). *Private Tutoring during Crisis : Lessons Learned from a Private Tutoring Provider in Indonesia. 8(2), 263-271.*