

Peran Edupreneurship dalam Mengembangkan Kreativitas Mahasiswa PGMI serta Peluang Pengembangan Digital Entrepreneurship

Nabila Orin Nisa¹, Naili Nur Eliza^{2*}, Lailani Lili Islami³, Nirma Alimatulhana⁴,
Ferida Rahmawati⁵

^{1,2,3,4,5}UIN KH. Abdurrahman Wahid, Rowolaku, Kec. Kajen, Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah, 51161

nabila.orin.nisa24085@mhs.uingusdur.ac.id¹

naili.nur.eliza24087@mhs.uingusdur.ac.id^{2*}

lailani.lili.islami24088@mhs.uingusdur.ac.id³

nirma.alimatulhana24207@mhs.uingusdur.ac.id⁴

ferida.rahmawati@uingusdur.ac.id⁵

*Corresponding Author

Riwayat Artikel	Diterima : 14 September 2026;	Direvisi : 3 Oktober 2026;	Disetujui : 22 Oktober 2026;	Diterbitkan : 1 Nopember 2026;
-----------------	-------------------------------	----------------------------	------------------------------	--------------------------------

Abstrak

Edupreneurship merupakan konsep yang mengintegrasikan nilai-nilai kewirausahaan dalam pendidikan untuk mendorong mahasiswa menjadi kreatif, inovatif, mandiri, dan mampu melihat peluang. Bagi mahasiswa Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI), kreativitas penting untuk menghasilkan dan mengembangkan gagasan yang dapat diterapkan dalam bidang pendidikan maupun kewirausahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran edupreneurship dalam mengembangkan kreativitas mahasiswa PGMI melalui proses perancangan produk serta mengkaji peluang pengembangan kompetensi digital entrepreneurship. Penelitian menggunakan studi literatur dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang dilengkapi pengamatan terhadap praktik edupreneurship pada satu kelompok yang terdiri atas empat mahasiswa selama satu hari. Data diperoleh melalui kajian sumber akademik dan pengamatan terhadap proses perancangan produk. Data dianalisis dengan mengidentifikasi informasi yang relevan, mengelompokkan temuan, dan menghubungkannya dengan teori serta penelitian terdahulu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik edupreneurship memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan gagasan melalui pencarian dan pemilihan ide, perancangan konsep, penentuan bahan dan bentuk, pemecahan masalah, kolaborasi, serta evaluasi dan perbaikan rancangan. Pengalaman tersebut berpotensi menjadi tahap awal pengenalan digital entrepreneurship melalui pemanfaatan media sosial dan marketplace. Namun, karena kegiatan yang diamati masih berfokus pada perancangan produk, kompetensi digital entrepreneurship dan penerapan pemasaran digital belum dinilai secara langsung. Dengan demikian, praktik edupreneurship dapat menjadi pengalaman pembelajaran yang mendukung kreativitas mahasiswa sekaligus membuka peluang pengembangan kewirausahaan berbasis digital.

Kata Kunci: Edupreneurship, Kreativitas Mahasiswa, Mahasiswa PGMI, Digital Entrepreneurship, Perancangan Produk.

The Role of Edupreneurship in Developing the Creativity of PGMI (Islamic Elementary School Teacher Education) Students, and Opportunities for the Development of Digital Entrepreneurship

Abstract

Edupreneurship integrates entrepreneurial values into education to encourage students to become creative, innovative, independent, and capable of identifying opportunities. For students in the Elementary Madrasah Teacher Education (PGMI) program, creativity is important for generating and developing ideas applicable to education and entrepreneurship. This study aims to analyze the role of edupreneurship in developing PGMI students' creativity through product design and to examine opportunities for developing digital entrepreneurship competencies. The study employed a literature review with a qualitative descriptive approach, supplemented by observations of edupreneurship practices in a group of four students over one day. Data were obtained from relevant academic sources and observations of the product design process. The data were analyzed by identifying relevant information, grouping the findings, and relating them to theories and previous studies. The findings indicate that edupreneurship provides opportunities for students to develop ideas through idea generation and

selection, concept design, material and form selection, problem-solving, collaboration, and design evaluation and improvement. This experience may serve as an initial step toward introducing digital entrepreneurship through the use of social media and online marketplaces. However, because the observed activities focused on product design, digital entrepreneurship competencies and digital marketing practices were not directly assessed. Therefore, edupreneurship can provide a learning experience that supports student creativity while creating opportunities for the development of digital entrepreneurship.

Keywords: Edupreneurship, Student Creativity, PGMI Students, Digital Entrepreneurship, Product Design.

PENDAHULUAN

Pendidikan pada perguruan tinggi tidak hanya berorientasi pada penguasaan pengetahuan, tetapi juga perlu memberikan pengalaman yang dapat mengembangkan kemampuan mahasiswa dalam menghasilkan gagasan, memecahkan masalah, berinovasi, dan bekerja sama. Kemampuan tersebut menjadi semakin penting bagi mahasiswa Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI) karena mereka dipersiapkan sebagai calon guru yang akan menghadapi peserta didik dengan karakteristik dan kebutuhan yang beragam. Calon guru tidak hanya dituntut menguasai materi pembelajaran, tetapi juga perlu memiliki kreativitas dalam mengembangkan kegiatan pembelajaran, bahan ajar, media, maupun berbagai alternatif penyelesaian masalah pembelajaran. Oleh karena itu, pengalaman belajar yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan gagasan secara langsung menjadi salah satu bagian penting dalam proses pendidikan.

Salah satu pendekatan yang dapat memberikan pengalaman tersebut adalah edupreneurship. Edupreneurship merupakan konsep yang mengintegrasikan nilai-nilai kewirausahaan ke dalam bidang pendidikan. Konsep ini tidak semata-mata diarahkan untuk menjadikan mahasiswa sebagai pengusaha, tetapi juga untuk menumbuhkan sikap kreatif, inovatif, mandiri, serta kemampuan dalam melihat dan memanfaatkan peluang. Alfiah dan Ghozali (2022) menjelaskan bahwa edupreneurship merupakan konsep pendidikan yang berorientasi pada internalisasi nilai-nilai entrepreneurship dalam pembelajaran sebagai upaya memberikan pemahaman mengenai hakikat kewirausahaan, menumbuhkan motivasi, dan menanamkan jiwa kewirausahaan. Dalam konteks PGMI, edupreneurship dapat diarahkan untuk membangun pola pikir dan perilaku entrepreneur pada calon pendidik agar mampu mengembangkan kreativitas, inovasi, dan kemandirian dalam menciptakan lingkungan belajar yang aktif dan kreatif.

Penerapan edupreneurship pada mahasiswa PGMI dapat dilakukan melalui pembelajaran yang memadukan pemahaman konsep dengan pengalaman praktik. Umatin et al. (2024) menunjukkan bahwa pembelajaran mata kuliah edupreneurship pada mahasiswa PGMI dapat dilakukan dengan memadukan materi di kelas dan praktik lapangan. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa pembelajaran edupreneurship memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk memahami konsep sekaligus menerapkannya melalui kegiatan yang bersifat praktis. Dengan demikian, pembelajaran edupreneurship tidak hanya menempatkan mahasiswa sebagai penerima materi, tetapi juga memberikan ruang bagi mahasiswa untuk memperoleh pengalaman secara langsung.

Pengembangan edupreneurship di perguruan tinggi juga berkaitan dengan kreativitas dan inovasi. Tuzuhro et al. (2023) membahas pemberdayaan edupreneurship di perguruan tinggi dengan menekankan integrasi kreativitas, kewirausahaan, dan pendidikan berbasis inovasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa edupreneurship dapat menjadi bagian dari proses pendidikan yang memberikan ruang bagi mahasiswa untuk mengembangkan kreativitas sekaligus memahami nilai-nilai kewirausahaan. Melalui kegiatan yang berorientasi pada

kreativitas dan inovasi, mahasiswa dapat memperoleh pengalaman dalam menghasilkan gagasan serta mengembangkan gagasan tersebut menjadi suatu bentuk yang lebih konkret.

Pengembangan kreativitas menjadi salah satu aspek penting dalam pelaksanaan edupreneurship. Kreativitas merupakan kemampuan menghasilkan dan mengembangkan gagasan yang beragam, baru, serta sesuai dengan kebutuhan atau permasalahan yang dihadapi. Muslihasari et al. (2024) mengidentifikasi empat indikator kemampuan berpikir kreatif pada calon guru pendidikan dasar, yaitu fluency, flexibility, originality, dan elaboration. Fluency berkaitan dengan kemampuan menghasilkan banyak gagasan, flexibility dengan kemampuan menghasilkan gagasan dari berbagai sudut pandang, originality dengan kemampuan menghasilkan gagasan yang baru atau tidak biasa, sedangkan elaboration berkaitan dengan kemampuan mengembangkan gagasan secara lebih terperinci. Indikator tersebut relevan dengan kegiatan edupreneurship karena proses perancangan suatu produk membutuhkan kemampuan untuk menghasilkan berbagai alternatif ide, memilih dan mengembangkan ide, serta memberikan rincian terhadap gagasan yang telah dipilih.

Hubungan antara kegiatan kewirausahaan dan kreativitas juga terlihat dalam pembelajaran berbasis proyek. Artayasa et al. (2024) menemukan bahwa pembelajaran sains berbasis proyek yang mengintegrasikan biopreneurship memberikan dampak yang signifikan terhadap kreativitas kewirausahaan peserta didik. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengintegrasian unsur kewirausahaan ke dalam kegiatan berbasis proyek dapat memberikan pengalaman yang mendorong peserta didik untuk mengembangkan kreativitasnya. Meskipun penelitian tersebut dilakukan pada peserta didik sekolah menengah dan berada dalam konteks pembelajaran sains, temuan tersebut relevan sebagai pendukung bahwa kegiatan berbasis proyek yang mengintegrasikan unsur kewirausahaan dapat menjadi ruang untuk mengembangkan kreativitas.

Temuan serupa ditunjukkan oleh Prihatiningrum et al. (2020) yang meneliti penerapan bioentrepreneurship dalam pembelajaran biologi. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan kreativitas dan minat kewirausahaan peserta didik setelah penerapan bioentrepreneurship. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa integrasi unsur kewirausahaan dalam pembelajaran dapat memberikan pengalaman yang berkaitan dengan pengembangan kreativitas. Meskipun konteks penelitian berada pada pembelajaran biologi di tingkat sekolah menengah, hasil tersebut dapat menjadi rujukan pendukung bahwa pengalaman belajar yang menggabungkan unsur pendidikan dan kewirausahaan memiliki keterkaitan dengan pengembangan kreativitas.

Selain itu, Prasetya et al. (2024) secara khusus membahas program project kreatif untuk mendukung mahasiswa PGMI dalam pengembangan mata kuliah kewirausahaan. Kegiatan project kreatif memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperoleh pelatihan dan melakukan perencanaan desain kreatif kewirausahaan. Program tersebut juga diarahkan untuk membantu mahasiswa menggali potensi, minat, dan keterampilannya dalam bidang kewirausahaan. Temuan tersebut memperkuat bahwa kegiatan berbasis proyek dapat menjadi pengalaman yang relevan bagi mahasiswa PGMI dalam mengembangkan kemampuan dan gagasan kreatif. Reffiane et al. (2023) menunjukkan bahwa proses pembelajaran bagi calon guru dapat berkaitan dengan pengembangan kemampuan berpikir kreatif, pemecahan masalah, dan komunikasi. Hal tersebut memperlihatkan bahwa pengalaman pembelajaran yang memberikan ruang bagi mahasiswa untuk menghadapi permasalahan dan mengembangkan gagasan dapat mendukung keterampilan yang dibutuhkan oleh calon guru.

Perkembangan teknologi digital juga memberikan perubahan terhadap cara mahasiswa mengembangkan kegiatan kewirausahaan. Kegiatan kewirausahaan tidak lagi hanya dilakukan melalui proses produksi dan penjualan secara konvensional, tetapi dapat dikembangkan melalui digital entrepreneurship. Digital entrepreneurship memanfaatkan teknologi digital dalam proses menemukan peluang, mengembangkan produk, memperkenalkan produk, hingga membangun hubungan dengan konsumen. Wibowo et al. (2023) menunjukkan bahwa pendidikan digital entrepreneurship berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan digital mahasiswa dan penggunaan media sosial. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dan media sosial dapat menjadi bagian penting dalam mendorong mahasiswa untuk mengembangkan kegiatan kewirausahaan.

Dalam konteks pengembangan usaha mahasiswa, media sosial dan marketplace dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk memperkenalkan dan memasarkan produk yang telah dikembangkan. Media sosial memungkinkan mahasiswa menampilkan produk dalam bentuk foto, video, maupun informasi produk sehingga dapat menjangkau calon konsumen yang lebih luas. Sementara itu, marketplace dapat menjadi sarana untuk menampilkan produk dan memfasilitasi proses pemasaran secara digital. Novendra et al. (2023) mengembangkan bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan menggunakan media marketplace untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa digital marketing dan marketplace dapat diintegrasikan dalam pembelajaran kewirausahaan mahasiswa.

Pemanfaatan teknologi dalam kewirausahaan juga berkaitan dengan transformasi digital dalam proses pengembangan usaha. Mahasiswa tidak hanya perlu memiliki kemampuan menghasilkan suatu produk, tetapi juga perlu memahami bagaimana produk tersebut dapat dikembangkan dan diperkenalkan melalui berbagai media digital. Dalam hal ini, kreativitas yang muncul pada tahap perancangan produk dapat menjadi dasar untuk pengembangan tahap berikutnya, seperti menentukan cara memperkenalkan produk, membuat konten promosi, memanfaatkan media sosial, menggunakan marketplace, dan mengembangkan strategi digital marketing. Dengan demikian, pengalaman edupreneurship dapat memiliki keterkaitan dengan pengembangan kompetensi digital entrepreneurship karena mahasiswa memperoleh pengalaman awal dalam menghasilkan gagasan dan produk yang selanjutnya berpotensi dikembangkan dengan memanfaatkan teknologi digital.

Meskipun penelitian ini berfokus pada proses pengembangan kreativitas melalui perancangan produk, pengalaman tersebut juga dikaji dalam kaitannya dengan peluang pengembangan kompetensi digital entrepreneurship mahasiswa PGMI. Produk yang dihasilkan melalui proses kreatif dapat dikembangkan lebih lanjut melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, digital marketing, dan media digital lainnya. Dengan demikian, penelitian ini melihat keterkaitan antara kreativitas dalam menghasilkan dan mengembangkan produk dengan peluang mahasiswa untuk memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan kewirausahaan.

Dalam praktiknya, edupreneurship dapat diwujudkan melalui kegiatan perancangan suatu produk. Proses tersebut tidak hanya berorientasi pada produk akhir, tetapi juga melibatkan berbagai aktivitas berpikir dan pengambilan keputusan. Mahasiswa dapat memulai kegiatan dengan mengidentifikasi kebutuhan atau peluang, menghasilkan beberapa alternatif gagasan, mendiskusikan dan memilih ide, mengembangkan konsep, menentukan bahan dan bentuk, menyelesaikan kendala yang muncul, serta melakukan evaluasi dan perbaikan.

Kegiatan yang dilakukan secara berkelompok juga memungkinkan terjadinya pertukaran pendapat, pemberian masukan, pembagian tugas, dan pengambilan keputusan secara bersama.

Berdasarkan kajian tersebut, penelitian terdahulu telah membahas implementasi edupreneurship pada mahasiswa PGMI, pemberdayaan edupreneurship di perguruan tinggi, kegiatan project kreatif, serta penerapan pembelajaran berbasis kewirausahaan yang berkaitan dengan kreativitas. Namun, masih terdapat ruang untuk mengkaji secara lebih khusus bagaimana proses edupreneurship memberikan pengalaman kepada mahasiswa PGMI dalam mengembangkan kreativitas melalui tahapan perancangan suatu produk. Oleh karena itu, artikel ini memfokuskan kajian pada proses edupreneurship yang dilakukan mahasiswa PGMI dalam merancang produk kreatif secara berkelompok.

Praktik yang diamati berupa perancangan jam tangan atau aksesoris sederhana menggunakan tali dan manik-manik. Fokus kajian bukan pada penilaian terhadap nilai jual atau kualitas akhir produk, melainkan pada proses mahasiswa dalam menemukan ide, mengembangkan gagasan, menentukan bahan dan bentuk, memecahkan masalah, berkolaborasi, serta melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap rancangan. Dengan demikian, permasalahan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana edupreneurship berperan dalam memberikan ruang bagi mahasiswa PGMI untuk mengembangkan kreativitas melalui proses perancangan produk.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran edupreneurship dalam mengembangkan kreativitas mahasiswa PGMI melalui proses perancangan produk serta mengkaji peluang pengembangan kompetensi digital entrepreneurship melalui pemanfaatan teknologi digital dalam pengenalan, pemasaran, dan pengembangan produk. Kajian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai proses edupreneurship sebagai pengalaman belajar yang mendukung kemampuan mahasiswa dalam menghasilkan dan mengembangkan gagasan, berinovasi, memecahkan masalah, bekerja sama, serta memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan kewirausahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan studi literatur dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Studi literatur dilakukan dengan mengkaji berbagai sumber akademik, seperti artikel jurnal dan buku, yang relevan dengan edupreneurship, kreativitas mahasiswa, pendidikan kewirausahaan, dan digital entrepreneurship. Kajian ini bertujuan untuk memperoleh landasan teoretis serta memahami hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Selain studi literatur, penelitian ini dilengkapi dengan pengamatan langsung terhadap praktik edupreneurship pada satu kelompok yang terdiri atas empat mahasiswa Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI). Pengamatan dilakukan selama satu hari, mulai dari proses pencarian ide hingga evaluasi rancangan produk berupa aksesoris yang dibuat menggunakan tali dan manik-manik. Pengamatan difokuskan pada proses pencarian dan pemilihan ide, pengembangan konsep produk, penentuan bahan dan bentuk, pemecahan masalah, kerja sama kelompok, serta evaluasi dan perbaikan rancangan produk.

Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur, pengamatan langsung, dan pencatatan proses kegiatan. Catatan kegiatan digunakan untuk mendeskripsikan tahapan perancangan produk serta aktivitas mahasiswa yang berkaitan dengan kreativitas selama proses berlangsung. Sementara itu, sumber literatur digunakan untuk mendukung pembahasan mengenai keterkaitan praktik edupreneurship dengan pengembangan kreativitas mahasiswa dan peluang pengembangan digital entrepreneurship.

Data dianalisis secara deskriptif kualitatif melalui tiga tahap, yaitu mengidentifikasi informasi yang relevan, mengelompokkan temuan berdasarkan fokus penelitian, dan menarik kesimpulan. Hasil pengamatan dideskripsikan berdasarkan proses perancangan produk yang berlangsung, kemudian dikaitkan dengan konsep teoretis dan hasil penelitian terdahulu yang diperoleh melalui studi literatur. Pembahasan mengenai digital entrepreneurship dibatasi pada peluang pengembangan berdasarkan kajian literatur karena kegiatan yang diamati belum mencakup penerapan pemasaran digital secara langsung.

HASIL PENELITIAN

Hasil kajian literatur dan pengamatan terhadap kegiatan edupreneurship yang dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI) menunjukkan beberapa temuan yang berkaitan dengan tujuan penelitian, yaitu untuk melihat peran edupreneurship dalam mengembangkan kreativitas mahasiswa. Temuan tersebut mencakup proses pencarian dan pemilihan ide, pengembangan konsep produk, penentuan bahan dan bentuk, pemecahan masalah teknis, kolaborasi, serta evaluasi dan perbaikan rancangan. Selain itu, kajian literatur digunakan untuk membahas peluang pengembangan kompetensi digital entrepreneurship. Temuan tersebut diperoleh melalui pengamatan terhadap praktik perancangan produk berupa jam tangan atau aksesoris berbahan tali dan manik-manik serta kajian pustaka yang relevan dengan edupreneurship, kreativitas, dan digital entrepreneurship.

Sesuai dengan metode penelitian, Pengamatan dilakukan terhadap empat mahasiswa yang tergabung dalam satu kelompok selama satu hari, mulai dari proses pencarian ide hingga evaluasi rancangan produk. Pengamatan difokuskan pada proses pencarian dan pemilihan ide, pengembangan konsep produk, penentuan bahan dan bentuk, pemecahan masalah, kerja sama kelompok, serta evaluasi dan perbaikan rancangan. Catatan kegiatan kemudian dikelompokkan berdasarkan fokus penelitian dan dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan mengaitkan hasil pengamatan dengan teori serta penelitian terdahulu. Pembahasan mengenai digital entrepreneurship dibatasi pada peluang pengembangan berdasarkan kajian literatur karena kegiatan yang diamati belum mencakup penerapan pemasaran digital secara langsung.

Temuan pertama menunjukkan bahwa edupreneurship memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk mengidentifikasi peluang dan mempertimbangkan bahan yang tersedia dalam perancangan produk sebelum menentukan gagasan yang akan dikembangkan. Kemampuan ini tampak pada tahap awal kegiatan perancangan produk, yaitu ketika mahasiswa mendiskusikan produk apa yang dapat dibuat dengan mempertimbangkan tingkat kreativitas, ketersediaan bahan, serta kemungkinan produk tersebut untuk terus dikembangkan. Proses ini sejalan dengan pandangan Alfiyah dan Ghazali (2022) yang menyatakan bahwa edupreneurship berorientasi pada internalisasi nilai kewirausahaan dalam pembelajaran, termasuk kemampuan melihat peluang di lingkungan pendidikan. Temuan ini juga memperkuat hasil Prasetya et al. (2024) yang menunjukkan bahwa program project kreatif bagi mahasiswa PGMI memberikan ruang bagi mahasiswa untuk menggali potensi dan peluang sebelum merancang suatu produk kewirausahaan.

Temuan kedua berkaitan dengan kemampuan mahasiswa dalam menghasilkan dan mengembangkan gagasan. Pada tahap ini, mahasiswa tidak hanya mengemukakan satu ide, melainkan beberapa alternatif gagasan produk yang kemudian didiskusikan bersama anggota kelompok sebelum akhirnya dipilih satu ide yang akan dikembangkan lebih lanjut. Kemampuan menghasilkan banyak gagasan dan mempertimbangkan berbagai kemungkinan

tersebut selaras dengan indikator *fluency* dan *flexibility* dalam kemampuan berpikir kreatif sebagaimana dikemukakan oleh Muslihasari et al. (2024) pada penelitian mengenai calon guru pendidikan dasar. Pemilihan ide secara bersama-sama juga menunjukkan bahwa proses menghasilkan gagasan dalam edupreneurship tidak berlangsung secara individual, tetapi melalui pertimbangan kolektif anggota kelompok.

Temuan ketiga menunjukkan bahwa proses perancangan produk memberikan ruang bagi mahasiswa untuk berpikir kreatif dan inovatif melalui penentuan konsep produk secara lebih terperinci. Setelah ide dipilih, mahasiswa menentukan bentuk dasar produk, jenis tali yang digunakan, serta pola penempatan manik-manik, sehingga gagasan awal yang masih bersifat umum dikembangkan menjadi rancangan yang lebih jelas dan dapat dijadikan pedoman dalam proses pembuatan. Kemampuan mengembangkan gagasan menjadi rancangan yang lebih rinci tersebut berkaitan dengan indikator *elaboration* dalam berpikir kreatif. Penentuan jenis bahan, ukuran, dan susunan komponen menunjukkan bahwa mahasiswa mengembangkan gagasan awal menjadi rancangan yang lebih terperinci. Unsur *originality* dapat dibahas apabila hasil pengamatan menunjukkan adanya kombinasi desain yang berbeda atau gagasan yang memiliki ciri khas dibandingkan alternatif lainnya.

Temuan keempat menunjukkan bahwa kegiatan edupreneurship melatih kemampuan mahasiswa dalam memecahkan masalah. Selama proses perancangan berlangsung, mahasiswa menemukan beberapa kendala teknis, seperti kesulitan menyesuaikan jenis bahan dengan konsep produk yang telah ditentukan maupun menyesuaikan bentuk produk dengan bahan yang tersedia. Kondisi tersebut mendorong mahasiswa untuk mencari alternatif penyelesaian, misalnya dengan mengganti jenis tali atau menyesuaikan kembali pola manik-manik yang digunakan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Reffiane et al. (2023) yang menunjukkan bahwa proses pembelajaran yang dirancang bagi calon guru dapat mengembangkan kemampuan berpikir kreatif sekaligus kemampuan memecahkan masalah secara bersamaan.

Temuan kelima berkaitan dengan kolaborasi dan pertukaran ide antaranggota kelompok. Kegiatan perancangan produk yang dilakukan secara berkelompok memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menyampaikan pendapat, menerima masukan, serta mempertimbangkan gagasan anggota lain sebelum menentukan keputusan bersama. Pembagian tugas dalam kelompok juga memungkinkan setiap anggota terlibat aktif sesuai dengan kesepakatan bersama, sehingga proses perancangan tidak hanya bergantung pada satu orang, melainkan merupakan hasil kerja sama seluruh anggota. Interaksi tersebut memperluas kemungkinan munculnya gagasan baru, karena setiap anggota membawa sudut pandang yang berbeda dalam mengembangkan tugas.

Temuan keenam menunjukkan bahwa proses evaluasi dan perbaikan berperan dalam menyempurnakan gagasan yang telah dirancang. Setelah rancangan produk selesai dibuat, mahasiswa meninjau kembali bagian-bagian yang masih perlu diperbaiki, baik dari segi bentuk, kerapian, maupun kesesuaian antara konsep awal dengan hasil akhir produk. Kegiatan evaluasi ini memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperbaiki kekurangan pada rancangan sehingga produk yang dihasilkan menjadi lebih sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan sejak awal. Temuan ini memperkuat hasil Abdurrohman et al. (2025) yang menunjukkan bahwa kegiatan edupreneurship berperan dalam membentuk kemandirian mahasiswa PGMI, termasuk kemandirian dalam menilai dan memperbaiki hasil kerja sendiri.

Temuan ketujuh berkaitan dengan peluang pengembangan kompetensi digital entrepreneurship. Selain proses perancangan, pengamatan juga mencakup pembahasan kelompok mengenai peluang pengembangan produk melalui media digital, yaitu kemungkinan

produk diperkenalkan dan dipasarkan melalui media sosial dan marketplace. Pembahasan tersebut menunjukkan bahwa gagasan dan rancangan yang dihasilkan pada tahap edupreneurship dapat menjadi titik awal bagi mahasiswa untuk melihat peluang pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan kewirausahaan. Namun, karena produk masih berada pada tahap perancangan dan belum sampai pada tahap pemasaran, temuan ini baru menggambarkan kesadaran awal terhadap peluang digital dan belum menunjukkan penguasaan kompetensi digital entrepreneurship secara utuh. Temuan ini sejalan dengan model EmDigital pada Prendes-Espinosa et al. (2025) yang menempatkan identifikasi peluang, termasuk kreativitas dan inovasi, sebagai salah satu area kompetensi digital entrepreneurship mahasiswa, di samping perencanaan tindakan, implementasi dan kolaborasi, serta pengelolaan dan keamanan. Scuotto dan Morellato (2013) juga menunjukkan bahwa kemampuan memanfaatkan teknologi turut berperan dalam membentuk sikap kewirausahaan mahasiswa. Dalam konteks media sosial dan marketplace, Gultom dan Hasyim (2026) pada mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran menemukan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap orientasi dan kesiapan berwirausaha, sedangkan pemanfaatan marketplace berpengaruh positif terhadap kesiapan berwirausaha.

Secara ringkas, keseluruhan temuan mengenai tahapan proses edupreneurship yang berperan dalam mengembangkan kreativitas mahasiswa PGMI, mulai dari identifikasi peluang hingga evaluasi dan perbaikan, disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Tahapan proses edupreneurship dalam mengembangkan kreativitas mahasiswa PGMI

No	Tahapan	Aktivitas yang ditemukan	Indikator kreativitas terkait
1	Identifikasi peluang dan masalah	Mahasiswa mendiskusikan produk yang dapat dibuat dengan mempertimbangkan kreativitas dan ketersediaan bahan.	-
2	Pencarian dan pemilihan ide	Mahasiswa mengemukakan beberapa alternatif gagasan, kemudian memilih satu ide melalui diskusi kelompok.	Fluency, flexibility
3	Perancangan konsep produk	Mahasiswa menentukan bentuk dasar, jenis tali, dan pola penempatan manik-manik pada produk.	Elaboration
4	Penentuan bahan dan bentuk	Mahasiswa mempertimbangkan jenis bahan, ukuran, dan susunan komponen produk.	Elaboration
5	Pemecahan masalah teknis	Mahasiswa mencari alternatif penyelesaian atas kendala kesesuaian bahan dan bentuk produk.	-
6	Kolaborasi dan pembagian tugas	Setiap anggota kelompok terlibat sesuai pembagian tugas dan saling bertukar pendapat.	-
7	Evaluasi dan perbaikan	Kelompok meninjau kembali dan memperbaiki bagian rancangan yang belum sesuai dengan tujuan.	-

Sumber: hasil kajian literatur dan pengamatan praktik edupreneurship mahasiswa PGMI, diolah oleh peneliti (2026).

Tabel 1 memperlihatkan bahwa ketujuh tahapan tersebut saling berkaitan dan membentuk satu rangkaian proses yang berkesinambungan, mulai dari kemampuan mengenali peluang hingga kemampuan mengevaluasi hasil rancangan. Rangkaian tahapan tersebut menegaskan bahwa kreativitas mahasiswa PGMI tidak muncul secara instan, melainkan terbentuk secara bertahap melalui pengalaman langsung dalam kegiatan edupreneurship yang melibatkan kemampuan berpikir lancar, luwes, orisinal, dan terperinci. Temuan-temuan

tersebut selanjutnya menjadi dasar bagi pembahasan mengenai keterkaitan antara konsep edupreneurship, kreativitas mahasiswa PGMI, serta praktik perancangan produk yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya.

PEMBAHASAN

1. Konsep Edupreneurship

Edupreneurship merupakan konsep yang mengintegrasikan nilai-nilai kewirausahaan ke dalam bidang pendidikan. Edupreneurship tidak hanya diarahkan agar mahasiswa menjadi seorang pengusaha, tetapi juga untuk menumbuhkan sikap kreatif, inovatif, mandiri, serta mampu melihat dan memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan pendidikan. Alfiah dan Ghozali (2022) menjelaskan bahwa edupreneurship merupakan konsep pendidikan yang berorientasi pada internalisasi nilai-nilai entrepreneurship dalam pembelajaran. Penerapannya bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai hakikat kewirausahaan, menumbuhkan motivasi, serta menanamkan jiwa kewirausahaan kepada mahasiswa, bukan semata-mata menjadikan mahasiswa sebagai pebisnis. Penelitian tersebut juga dilakukan pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI), sehingga relevan dengan konteks pengembangan edupreneurship pada mahasiswa calon guru.

Dalam pelaksanaannya, edupreneurship dapat dilakukan melalui kegiatan pembelajaran yang memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk merancang, mengembangkan, dan menghasilkan suatu gagasan atau produk. Prasetya et al. (2024) menunjukkan bahwa program project kreatif bagi mahasiswa PGMI dapat memberikan kegiatan berupa pelatihan dan perencanaan desain kreatif kewirausahaan. Kegiatan tersebut memberikan ruang bagi mahasiswa untuk menggali potensi, minat, dan keterampilannya dalam bidang kewirausahaan. Umatin et al. (2024) juga menunjukkan bahwa pembelajaran edupreneurship pada mahasiswa PGMI dapat memadukan pemahaman konsep dengan praktik sehingga mahasiswa memperoleh pengalaman dalam menerapkan nilai-nilai kewirausahaan secara langsung.

2. Kreativitas Mahasiswa PGMI

Kreativitas merupakan kemampuan seseorang dalam menghasilkan dan mengembangkan gagasan yang beragam, baru, serta sesuai dengan permasalahan atau kebutuhan yang dihadapi. Kreativitas tidak hanya terlihat dari kemampuan menghasilkan sesuatu yang berbeda, tetapi juga dari kemampuan mengembangkan suatu gagasan menjadi lebih terperinci dan menemukan berbagai alternatif penyelesaian masalah.

Penelitian Muslihasari, Susilo, dan Ibrohim (2024) mengenai calon guru pendidikan dasar menggunakan empat indikator kemampuan berpikir kreatif, yaitu fluency, flexibility, originality, dan elaboration. Fluency berkaitan dengan kemampuan menghasilkan banyak gagasan, flexibility berkaitan dengan kemampuan menghasilkan gagasan dari berbagai sudut pandang atau kategori, originality berkaitan dengan kemampuan menghasilkan gagasan yang baru atau tidak biasa, sedangkan elaboration berkaitan dengan kemampuan mengembangkan dan memberikan rincian terhadap suatu gagasan. Penelitian tersebut secara khusus dilakukan pada mahasiswa calon guru pendidikan dasar, sehingga indikator tersebut relevan untuk melihat kreativitas mahasiswa PGMI.

Kreativitas menjadi penting bagi mahasiswa PGMI karena mahasiswa dipersiapkan untuk menjadi calon guru sekolah dasar atau madrasah ibtidaiyah yang akan menghadapi peserta didik dengan karakteristik dan kebutuhan yang beragam. Guru tidak hanya

membutuhkan penguasaan materi, tetapi juga kemampuan mengembangkan berbagai gagasan dalam pembelajaran. Kreativitas dapat berupa pengembangan ide pembelajaran, pembuatan bahan ajar, perancangan kegiatan yang menarik, pengembangan media, maupun penciptaan produk kreatif lainnya. Dalam kegiatan *edupreneurship*, kreativitas juga dapat terlihat ketika mahasiswa mampu menemukan gagasan, menentukan konsep produk, memilih bahan, mengombinasikan unsur tertentu, serta mengembangkan rancangan sesuai dengan gagasan kelompok.

3. Peran *Edupreneurship* dalam Mengembangkan Kreativitas Mahasiswa PGMI

Edupreneurship memiliki peran dalam memberikan ruang kepada mahasiswa untuk mengembangkan kreativitas melalui pengalaman belajar yang melibatkan proses pencarian ide, perancangan, pengembangan, dan evaluasi. Hubungan antara *edupreneurship* dan kreativitas terlihat dari adanya kesempatan bagi mahasiswa untuk tidak hanya menerima materi, tetapi juga terlibat secara aktif dalam menghasilkan suatu gagasan atau karya. Adhaa dan Shafiai (2024) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berkaitan dengan kreativitas mahasiswa dan inovasi produk, sehingga pengalaman kewirausahaan dapat menjadi salah satu ruang untuk mengembangkan kemampuan kreatif mahasiswa.

Peran pertama *edupreneurship* adalah memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengidentifikasi masalah atau kebutuhan. Sebelum menghasilkan suatu gagasan, mahasiswa perlu melihat kebutuhan atau peluang yang dapat dikembangkan. Proses tersebut mendorong mahasiswa untuk mengamati lingkungan dan menentukan hal yang dapat dijadikan dasar dalam menghasilkan ide.

Peran kedua adalah mendorong mahasiswa menghasilkan dan mengembangkan ide. Setelah menemukan kebutuhan atau peluang, mahasiswa dapat mengemukakan berbagai alternatif gagasan melalui diskusi. Pada tahap ini, kemampuan fluency dan flexibility dalam berpikir kreatif dapat digunakan karena mahasiswa dituntut untuk menghasilkan lebih dari satu gagasan dan mempertimbangkan berbagai kemungkinan. Penelitian mengenai calon guru pendidikan dasar juga menunjukkan bahwa kemampuan berpikir kreatif dapat dilihat melalui indikator fluency, flexibility, originality, dan elaboration (Muslihasari et al., 2024). Adhaa dan Shafiai (2024) juga menunjukkan bahwa kreativitas mahasiswa dapat berperan dalam menghasilkan inovasi produk dalam konteks pendidikan kewirausahaan.

Peran ketiga adalah mendorong mahasiswa merancang inovasi atau produk. Gagasan yang telah dipilih kemudian dikembangkan menjadi sebuah rancangan. Mahasiswa perlu menentukan bentuk, bahan, susunan, maupun unsur lain yang diperlukan. Tahap ini berkaitan dengan kemampuan elaboration, karena mahasiswa tidak berhenti pada gagasan awal, tetapi mengembangkan gagasan tersebut menjadi rancangan yang lebih jelas dan terperinci. Kegiatan berbasis proyek juga memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan gagasan melalui proses perencanaan dan menghasilkan suatu bentuk karya (Waluyo & Nuraini, 2022).

Peran keempat adalah melatih kemampuan memecahkan masalah. Dalam proses perancangan, mahasiswa dapat menemukan berbagai kendala, seperti menentukan bahan yang sesuai, menyesuaikan bentuk dengan konsep, atau menentukan cara agar gagasan dapat diwujudkan. Kondisi tersebut mendorong mahasiswa mencari alternatif penyelesaian. Reffiane et al. (2023) menunjukkan bahwa proses pembelajaran yang dirancang untuk calon guru dapat berkaitan dengan pengembangan kemampuan berpikir kreatif, pemecahan masalah, dan komunikasi.

Peran kelima adalah mendorong kolaborasi dan pertukaran ide. Kegiatan edupreneurship yang dilakukan secara berkelompok memungkinkan mahasiswa menyampaikan pendapat, menerima masukan, mempertimbangkan gagasan anggota lain, dan menentukan keputusan bersama. Proses tersebut dapat memperluas kemungkinan munculnya gagasan karena setiap anggota memiliki pemikiran yang berbeda. Temuan mengenai pentingnya kegiatan kolaboratif dalam mengembangkan kemampuan kreatif juga diperkuat oleh Sumarni et al. (2025) yang menunjukkan bahwa kegiatan pembelajaran berbasis proyek yang dilakukan secara kolaboratif dapat berkaitan dengan kemampuan kolaborasi dan berpikir kreatif calon guru.

Peran keenam adalah memberikan kesempatan untuk melakukan evaluasi dan perbaikan. Setelah suatu gagasan atau rancangan dibuat, mahasiswa dapat melihat kembali bagian yang masih perlu dikembangkan. Evaluasi tersebut memberikan kesempatan untuk memperbaiki gagasan sehingga hasil rancangan menjadi lebih sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan.

4. Praktik Edupreneurship dalam Perancangan Produk oleh Mahasiswa PGMI

Praktik edupreneurship dalam kegiatan mahasiswa PGMI dapat dilihat melalui proses perancangan produk kreatif yang dilakukan secara berkelompok. Dalam kegiatan yang dilakukan, produk yang dirancang berupa jam tangan atau aksesoris sederhana yang dibuat menggunakan tali dan manik-manik. Produk tersebut tidak digunakan sebagai media pembelajaran, melainkan sebagai produk kreatif yang menjadi bagian dari kegiatan praktik edupreneurship.

Tahap pertama yang dilakukan adalah mengidentifikasi peluang dan menentukan gagasan produk. Mahasiswa mendiskusikan produk yang dapat dibuat dengan mempertimbangkan kreativitas, bahan yang tersedia, serta kemungkinan produk untuk dikembangkan. Proses tersebut menunjukkan adanya tahap awal dalam edupreneurship, yaitu melihat peluang dan menentukan gagasan yang dapat diwujudkan. Tahapan ini sejalan dengan kegiatan project kreatif mahasiswa PGMI yang memberikan kesempatan untuk menggali potensi dan merencanakan desain kreatif kewirausahaan (Prasetya et al., 2024).

Kegiatan perancangan produk juga berkaitan dengan pembelajaran produk kreatif dan kewirausahaan yang menghubungkan kegiatan menghasilkan produk dengan minat berwirausaha. Riska dan Nurmasitah (2025) membahas hubungan antara hasil belajar pada mata pelajaran produk kreatif dan kewirausahaan dengan minat berwirausaha siswa bidang desain fesyen. Dalam kegiatan kelompok yang diamati, proses pencarian ide dan penentuan rancangan aksesoris menjadi bagian dari praktik kreatif mahasiswa.

Tahap kedua adalah mendiskusikan dan memilih ide. Setelah beberapa gagasan muncul, anggota kelompok menyampaikan pendapat dan mempertimbangkan gagasan yang akan digunakan. Diskusi tersebut memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengemukakan ide yang berbeda serta menerima masukan dari anggota kelompok lainnya. Proses menghasilkan beberapa alternatif gagasan tersebut berkaitan dengan kemampuan fluency dan flexibility dalam berpikir kreatif (Muslihasari et al., 2024).

Tahap ketiga adalah merancang konsep produk. Pada tahap ini, mahasiswa mengembangkan gagasan yang telah dipilih menjadi rancangan yang lebih terperinci. Penentuan bentuk dasar produk, jenis tali, dan susunan manik-manik memperlihatkan bagaimana ide awal diterjemahkan menjadi konsep yang dapat digunakan dalam proses

pembuatan. Aktivitas tersebut berkaitan dengan indikator elaboration, yaitu kemampuan mengembangkan gagasan secara lebih terperinci (Muslihasari et al., 2024).

Tahap keempat adalah menentukan bahan dan bentuk produk. Mahasiswa mempertimbangkan jenis tali, manik-manik, susunan bahan, ukuran, serta bentuk yang akan digunakan. Pertimbangan tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya menghasilkan ide, tetapi juga mengembangkan ide melalui berbagai keputusan mengenai bentuk dan komponen produk.

Tahap kelima adalah pembagian tugas dalam kelompok. Setiap anggota kelompok terlibat dalam proses sesuai dengan pembagian tugas yang telah disepakati. Pembagian tugas memungkinkan mahasiswa bekerja sama, bertukar pendapat, dan menyelesaikan bagian masing-masing dalam proses perancangan. Kegiatan kolaboratif semacam ini relevan dengan hasil penelitian Sumarni et al. (2025) yang menunjukkan keterkaitan pembelajaran berbasis proyek dengan kemampuan kolaborasi dan berpikir kreatif calon guru.

Tahap keenam adalah melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap rancangan. Mahasiswa meninjau kembali rancangan yang telah dibuat untuk melihat kesesuaian antara gagasan awal, bahan yang digunakan, dan bentuk produk. Apabila ditemukan bagian yang belum sesuai, mahasiswa melakukan penyesuaian terhadap rancangan. Proses tersebut menunjukkan bahwa kegiatan edupreneurship memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk tidak hanya menghasilkan gagasan, tetapi juga mengembangkan dan memperbaikinya.

5. Perbandingan Temuan dengan Penelitian Sebelumnya

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kegiatan edupreneurship memberikan ruang bagi mahasiswa PGMI untuk mengembangkan kreativitas melalui proses pencarian ide, pemilihan gagasan, perancangan produk, pemecahan masalah, kolaborasi, serta evaluasi dan perbaikan. Temuan tersebut memiliki kesesuaian dengan penelitian sebelumnya, tetapi terdapat perbedaan pada fokus kajiannya. Alfiyah dan Ghozali (2022) menjelaskan bahwa edupreneurship berorientasi pada internalisasi nilai-nilai kewirausahaan dalam pembelajaran untuk menumbuhkan motivasi dan jiwa kewirausahaan mahasiswa. Sementara itu, penelitian ini menunjukkan penerapan nilai tersebut melalui pengalaman langsung mahasiswa dalam merancang produk secara berkelompok.

Temuan penelitian juga sejalan dengan Prasetya et al. (2024) yang menunjukkan bahwa project kreatif pada mahasiswa PGMI memberikan kesempatan untuk memperoleh pelatihan dan melakukan perencanaan desain kreatif kewirausahaan. Persamaannya terletak pada penggunaan kegiatan kreatif dan perancangan sebagai bagian dari pengalaman kewirausahaan mahasiswa. Perbedaannya, penelitian ini lebih menekankan pada proses yang dilalui mahasiswa dalam menghasilkan dan mengembangkan gagasan serta kaitannya dengan indikator kreativitas.

Pada aspek kreativitas, temuan penelitian sejalan dengan Muslihasari et al. (2024) yang mengidentifikasi kreativitas calon guru melalui indikator fluency, flexibility, originality, dan elaboration. Dalam penelitian ini, fluency dan flexibility tampak ketika mahasiswa menghasilkan beberapa alternatif gagasan dan mendiskusikannya sebelum menentukan ide yang dipilih, sedangkan elaboration terlihat ketika mahasiswa mengembangkan gagasan menjadi rancangan produk yang lebih terperinci. Hal tersebut menunjukkan bahwa kegiatan edupreneurship dapat menjadi salah satu pengalaman yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menerapkan kemampuan berpikir kreatif secara langsung.

Temuan mengenai pemecahan masalah dan kerja sama juga memiliki keterkaitan dengan penelitian Reffiane et al. (2023) yang menunjukkan adanya hubungan antara proses pembelajaran calon guru dengan kemampuan berpikir kreatif, pemecahan masalah, dan komunikasi. Dalam kaitannya dengan digital entrepreneurship, Wibowo et al. (2023) menunjukkan bahwa pendidikan digital entrepreneurship berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan digital mahasiswa dan penggunaan media sosial. Novendra et al. (2023) juga menunjukkan bahwa digital marketing dan marketplace dapat digunakan dalam pembelajaran kewirausahaan mahasiswa. Pengembangan digital entrepreneurship menjadi salah satu peluang yang dapat dipertimbangkan mahasiswa setelah merancang produk. Wardoyo et al. (2025) membahas faktor-faktor yang berkaitan dengan niat berwirausaha digital pada mahasiswa di Indonesia. Dalam konteks kegiatan ini, produk aksesoris yang telah dirancang berpotensi diperkenalkan melalui media digital pada tahap selanjutnya, meskipun pemasaran digital belum dilakukan selama pengamatan. Jika dibandingkan dengan penelitian tersebut, penelitian ini masih berada pada tahap awal, yaitu perancangan produk. Namun, produk yang dihasilkan dapat menjadi dasar untuk dikembangkan pada tahap digital entrepreneurship melalui pembuatan konten promosi, pemanfaatan media sosial, marketplace, dan strategi pemasaran digital. Dengan demikian, penelitian ini melengkapi penelitian sebelumnya dengan menunjukkan bahwa pengalaman edupreneurship dalam menghasilkan produk dapat menjadi tahap awal sebelum mahasiswa mengembangkan kegiatan kewirausahaan berbasis digital.

6. Implikasi Penelitian

Hasil penelitian memiliki implikasi bagi pelaksanaan pembelajaran edupreneurship pada mahasiswa PGMI. Kegiatan edupreneurship dapat dirancang tidak hanya dalam bentuk penyampaian materi mengenai kewirausahaan, tetapi juga melalui kegiatan praktik yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menemukan ide, merancang produk, memecahkan masalah, bekerja sama, dan melakukan evaluasi. Pembelajaran yang memberikan pengalaman langsung tersebut dapat menjadi sarana untuk mengembangkan kreativitas mahasiswa secara bertahap. Hasil penelitian mengenai project-based learning juga menunjukkan bahwa kegiatan proyek dapat digunakan sebagai ruang untuk mengembangkan kemampuan berpikir kreatif mahasiswa (Waluyo & Nuraini, 2022).

Bagi mahasiswa PGMI, pengalaman dalam merancang produk dapat menjadi bekal awal untuk mengembangkan kemampuan kewirausahaan. Mahasiswa tidak hanya belajar menghasilkan suatu produk, tetapi juga belajar mengambil keputusan, menerima masukan, menyelesaikan kendala, dan mengembangkan gagasan. Selanjutnya, pengalaman tersebut dapat dikembangkan menuju kompetensi digital entrepreneurship dengan memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk memperkenalkan serta memasarkan produk.

Bagi dosen, hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam mengembangkan pembelajaran edupreneurship yang lebih berbasis proyek dan teknologi digital. Kegiatan perkuliahan dapat dilanjutkan dari tahap perancangan produk menuju tahap pembuatan konten digital, penyusunan strategi promosi, pemanfaatan marketplace, dan evaluasi pemasaran. Dengan demikian, pembelajaran edupreneurship dapat mengintegrasikan kreativitas dengan kemampuan memanfaatkan teknologi dalam kegiatan kewirausahaan.

7. Keterbatasan dan Arah Penelitian Selanjutnya (Future Research)

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pengamatan dilakukan pada satu kelompok yang terdiri atas empat mahasiswa dan dilaksanakan dalam waktu yang terbatas, yaitu satu hari. Selain itu, pengamatan lebih berfokus pada proses perancangan produk

sehingga belum mengukur perkembangan kreativitas mahasiswa secara kuantitatif dan belum mengamati kompetensi digital entrepreneurship secara langsung. Produk yang diamati juga masih berada pada tahap perancangan dan belum sampai pada tahap pemasaran atau pengembangan usaha melalui media digital.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya dapat melibatkan jumlah mahasiswa dan kelompok yang lebih banyak agar memperoleh gambaran yang lebih beragam mengenai penerapan edupreneurship. Penelitian berikutnya juga dapat menggunakan instrumen yang lebih terstruktur untuk mengukur perkembangan kreativitas dan kompetensi digital entrepreneurship mahasiswa. Selain itu, penelitian dapat dikembangkan dengan mengamati tahapan setelah perancangan produk, seperti pembuatan konten promosi, pemanfaatan media sosial dan marketplace, penerapan digital marketing, interaksi dengan konsumen, serta evaluasi hasil pemasaran. Dengan demikian, penelitian selanjutnya dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai peran edupreneurship mulai dari pengembangan ide dan kreativitas hingga pengembangan kewirausahaan berbasis digital.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian literatur dan pengamatan terhadap praktik edupreneurship mahasiswa PGMI, dapat disimpulkan bahwa edupreneurship berperan dalam mengembangkan kreativitas mahasiswa melalui keterlibatan langsung dalam proses perancangan produk. Peran tersebut terlihat sejak mahasiswa mengidentifikasi kebutuhan, mencari dan memilih gagasan, mengembangkan konsep, menentukan bahan dan bentuk produk, hingga menghadapi serta menyelesaikan kendala selama proses perancangan. Kegiatan tersebut memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan ide menjadi rancangan produk yang lebih jelas dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Praktik edupreneurship juga mendorong mahasiswa untuk bekerja sama, bertukar pendapat, menerima masukan, serta melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap rancangan produk. Proses tersebut menunjukkan bahwa kreativitas tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan ide, tetapi juga dengan kemampuan mengembangkan dan menyempurnakan ide melalui pemecahan masalah dan kolaborasi. Dengan demikian, praktik edupreneurship dapat menjadi salah satu pengalaman pembelajaran yang mendukung pengembangan kreativitas, inovasi, dan kemampuan memecahkan masalah pada mahasiswa PGMI. Selain itu, praktik edupreneurship memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai dasar pengenalan kompetensi kewirausahaan digital. Produk yang telah dirancang dapat dikembangkan lebih lanjut melalui pemanfaatan teknologi digital, seperti media sosial dan marketplace, untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen dan memperluas jangkauan pemasaran. Namun, karena pengamatan dalam penelitian ini berfokus pada proses perancangan produk, penerapan pemasaran digital belum diamati secara langsung. Oleh karena itu, kegiatan edupreneurship selanjutnya perlu diarahkan tidak hanya pada perancangan produk, tetapi juga pada praktik promosi digital, interaksi dengan konsumen, dan evaluasi pemasaran. Langkah tersebut dapat memberikan pengalaman yang lebih menyeluruh bagi mahasiswa PGMI dalam mengembangkan kreativitas sekaligus mempersiapkan kompetensi kewirausahaan digital.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrohman, M. D., Agustin, D. A., Khairunnisa, S. M., Safitri, C. D., & Rahmawati, F. (2025). Peran edupreneurship dalam pembentukan mahasiswa Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI) yang mandiri. *Jurnal Media Akademik*, 3(12).

- Adhaa, M. A., Wafa, H. N., Lutfia, A., Narmaditya, B. S., Suparno, & Shafiai, M. H. M. (2024). Does entrepreneurship education matter for product innovations? The mediating role of Indonesian students' creativity. *Cogent Education*, 11(1), 2359880. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2024.2359880>
- Alfiyah, H. Y., & Ghozali, S. (2022). Implementasi edupreneurship di perguruan tinggi. *Tasyri': Jurnal Tarbiyah-Syari'ah-Islamiah*, 29(1).
- Artayasa, I. P., Rosyidi, M. A., Awang Kechik, M. M., & Yustiqvar, M. (2024). The impact of biopreneurship project-based science learning on students' entrepreneurial creativity. *Jurnal Pendidikan IPA Indonesia*, 13(3).
- Gultom, N., & Hasyim. (2026). Pengaruh penggunaan media sosial dan pemanfaatan marketplace terhadap orientasi kewirausahaan serta implikasinya pada kesiapan berwirausaha mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran angkatan 2022 Universitas Negeri Medan. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 11(3), 383–395.
- Indira, F. R., Wardani, D. K., & Murwaningsih, T. (2024). How does creativity and environmental support matter on university students' digital entrepreneurial intention? A mediated model. *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian dan Kajian Kepustakaan di Bidang Pendidikan, Pengajaran, dan Pembelajaran*, 10(2), 439–450. <https://doi.org/10.33394/jk.v10i2.11017>
- Maharani, R., Lestari, M., Abd Rauf, R. A., Hargrove, B. M., Chong, S. T., Listiani, T., & Exacta, A. P. (2023). The effectiveness of learning media exhibitions through project-based learning (PjBL) to improve the creativity skills of prospective mathematics teachers. *Jurnal Pendidikan Matematika*, 6(2).
- Muslihasari, A., Susilo, H., & Ibrohim. (2024). The creative thinking skills profile of primary education's perspective teacher. *Sekolah Dasar: Kajian Teori dan Praktik Pendidikan*, 33(1), 82–89.
- Novendra, A. M., Yogaswara, S. M., & Kusniawati, A. (2023). Pengembangan bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media marketplace untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. *OIKOS: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 7(2).
- Nuraini, N., Asri, I. H., Fajri, N., Sarwati, S., & Ariandani, N. (2022). Project-based activities through lesson study: Improvements of creative thinking performance of pre-service biology teachers in Indonesia. *Jurnal Pendidikan Progresif*, 12(3), 1060–1073. <https://doi.org/10.23960/jpp.v12.i3.202206>
- Prasetya, A. E. W. A., Putra, A. Y., Khorini'mah, S. M., & Ulya, L. N. (2024). Program project kreatif untuk mendukung mahasiswa PGMI dalam pengembangan mata kuliah kewirausahaan. *EDUKATIF: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(3), 2675–2687. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v6i3.6807>
- Prendes-Espinosa, M. P., González-Calatayud, V., & Serrano, J. L. (2025). Digital entrepreneurship education: A challenge for competency-based training in universities. *Innoeduca. International Journal of Technology and Educational Innovation*, 11(1), 29–46. <https://doi.org/10.24310/ijtei.111.2025.20547>
- Prihatiningrum, P., Susilowati, S. M. E., & Prasetyo, A. P. B. (2020). Effect of bioentrepreneurship on biology learning achievement, creativity, and entrepreneurial interest. *Journal of Innovative Science Education*, 9(3), 250–259.
- Reffiane, F., Kristyaningrum, D. H., & Winarto. (2023). Improving creative thinking problem solving and communication skills of prospective teachers through ethnoscience learning in a basic science concepts course. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 15(3), 3538–3550.
- Riska, A. F. E., & Nurmasitah, S. (2025). Linking learning achievement in creative product and entrepreneurship subject to entrepreneurial interest: A case study of fashion design

- students at a vocational school in Semarang. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 42(2). <https://doi.org/10.15294/jpp.v42i2.28859>
- Scuotto, V., & Morellato, M. (2013). Entrepreneurial knowledge and digital competence: Keys for a success of student entrepreneurship. *Journal of the Knowledge Economy*, 4(3), 293–303. <https://doi.org/10.1007/s13132-013-0155-6>
- Sumarni, W., Sumarti, S. S. S., Dewi, S. H. D., & Imaduddin, M. (2025). Collaborative Ethno-STEAM enriched project-based learning (CoE-STEAM-PjBL): Its impact on prospective science teachers' collaboration and creative thinking skills. *Jurnal Pendidikan IPA Indonesia*, 14(3). <https://doi.org/10.15294/jpii.v14i3.25487>
- Tuzuhro, F., Nst, K., Hutasuhut, S., & Hasyim. (2023). Pemberdayaan edupreneurship di perguruan tinggi: Mengintegrasikan kreativitas, kewirausahaan, dan pendidikan berbasis inovasi. *PEKA*, 11(2).
- Umatin, C., Susilowati, E., & Basuki, A. (2024). Internalisasi edupreneurship kepada mahasiswa (hasil analisis pembelajaran). *Research and Development Journal of Education*, 10(1).
- Wardoyo, C., Narmaditya, B. S., Qurrata, V. A., Satrio, Y. D., & Sahid, S. (2025). Are students ready for digital business? Antecedents of entrepreneurial intentions among Indonesian students using a serial mediation. *Social Sciences & Humanities Open*, 11, 101213. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101213>
- Waluyo, E., & Nuraini. (2022). Lesson study: Implementasi project based learning untuk meningkatkan kemampuan berpikir kreatif mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Pembelajaran Matematika*, 4(2), 99–113. <https://doi.org/10.14421/jppm.2022.42.99-113>
- Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Saptono, A., Effendi, M. S., Mukhtar, S., & Shafiai, M. H. M. (2023). Does digital entrepreneurship education matter for students' digital entrepreneurial intentions? The mediating role of entrepreneurial alertness. *Cogent Education*, 10(1), 2221164. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2023.2221164>