

Trisa Nurhaliza, Namira Al Zavia, Rika Nurfadilla, Nurhaliza Shani, Ranita Leonita Purwanti,
Viera Ayu Kirana, Tia Nuraeni, Fajriah M. Saka, Norma Rohman, Rohmayani,
Rosita Amalia Dewi Sa'adah Putri Sumpena, Larassaty Alifah, Cucu Susanti,
Siti Nasriatul Hamidah, Inggi Trianda Pratiwi, Rifa Nurina Ramadhani,
Sri Mulyani, Nunung Safitri Bala, Nida Alifah.

Edupreneurship PAUD

Editor :
Dr. Revita Yanuarsari, S.Pd., M.M.Pd
Dr. Ella Dewi Latifah, M.Pd



Edupreneurship

PAUD

Trisa Nurhaliza, Namira Al Zavia, Rika Nurfadilla, Nurhaliza Shani, Ranita Leonita Purwanti,
Viera Ayu Kirana, Tia Nuraeni, Fajriah M. Saka, Norma Rohman, Rohmayani,
Rosita Amalia Dewi Sa'adah Putri Sumpena, Larassaty Alifah, Cucu Susanti,
Siti Nasriatul Hamidah, Inggi Trianda Pratiwi, Rifa Nurina Ramadhani,
Sri Mulyani, Nunung Safitri Bala, Nida Alifah.

EDUPRENEURSHIP PAUD

Tim Penulis:

**Trisa Nurhaliza, Namira Al Zavvia, Rika Nurfadilla, Nurhaliza Shani,
Ranita Leonita Purwanti, Viera Ayu Kirana, Tia Nuraeni, Fajriah M. Saka,
Norma Rohman, Rohmayani, Rosita Amalia Dewi Sa'adah Putri Sumpena,
Larassaty Alifah, Cucu Susanti, Siti Nasriatul Hamidah, Inggri Trianda Pratiwi,
Rifa Nurina Ramadhani, Sri Mulyani, Nunung Safitri Bala, Nida Alifah.**

Desain Cover:

Andi Juliandi

Sumber Ilustrasi:

www.freepik.com

Tata Letak:

Handarini Rohana

Editor:

Dr. Revita Yanuarsari, S.Pd., M.M.Pd

Dr. Ella Dewi Latifah, M.Pd

QRCBN:

62-1256-8102-104

Cetakan Pertama:

Maret, 2026

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA MEDIA UTAMA

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 519/JBA/2025

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Perkembangan pendidikan anak usia dini pada era disrupsi menuntut hadirnya cara pandang baru dalam mengelola layanan pendidikan. Lembaga PAUD tidak lagi cukup dipahami sebagai ruang belajar semata, melainkan sebagai ekosistem yang harus kreatif, inovatif, dan adaptif terhadap perubahan sosial, teknologi, serta kebutuhan masyarakat. Atas dasar pemikiran tersebut, buku ini disusun untuk menghadirkan konsep edupreneurship sebagai jembatan antara idealisme pendidikan dan kemandirian pengelolaan lembaga.

Tujuan utama pembahasan dalam buku ini adalah memberikan landasan konseptual sekaligus panduan aplikatif mengenai bagaimana pendidik dan pengelola PAUD dapat mengembangkan jiwa kewirausahaan yang tetap berakar pada nilai-nilai pedagogis. Buku ini menguraikan hakikat edupreneurship, pentingnya kreativitas dan inovasi, analisis kebutuhan anak dan orang tua, hingga strategi merancang produk maupun layanan edukatif yang relevan dengan tahap perkembangan anak usia dini. Setiap bagian dirancang untuk membantu pembaca memahami bahwa aktivitas kewirausahaan di bidang PAUD harus selalu berorientasi pada kepentingan terbaik bagi anak.

Selain itu, buku ini bertujuan membekali pembaca dengan keterampilan praktis dalam menyusun model bisnis, merancang strategi pemasaran berbasis teknologi digital, serta mengelola keuangan usaha secara sederhana dan berkelanjutan. Pembahasan disajikan secara sistematis agar mudah diikuti oleh guru, mahasiswa, maupun praktisi yang ingin memulai atau mengembangkan unit usaha edukatif. Edupreneurship diposisikan bukan sekadar upaya mencari keuntungan, melainkan sebagai strategi meningkatkan mutu layanan, memperluas akses pendidikan, dan memperkuat kemandirian lembaga PAUD.

Melalui buku ini diharapkan tumbuh kesadaran bahwa pendidik PAUD memiliki potensi besar sebagai penggerak ekonomi kreatif yang berkarakter edukatif. Gagasan dan inovasi yang lahir dari dunia PAUD dapat menjadi solusi atas berbagai persoalan pembelajaran, keterbatasan media, maupun kebutuhan layanan keluarga. Pada akhirnya, pembahasan dalam buku ini diarahkan untuk mendorong terwujudnya ekosistem pendidikan anak usia dini yang profesional, bermartabat, dan berdaya saing, di mana semangat kewirausahaan berjalan selaras dengan misi mulia membentuk generasi yang cerdas, berkarakter, dan siap menghadapi masa depan.

SINOPSIS

Buku Edupreneurship PAUD ini hadir sebagai panduan praktis sekaligus inspiratif bagi guru, mahasiswa, dan pegiat pendidikan anak usia dini untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan berbasis nilai edukatif. Di tengah tantangan mutu layanan PAUD dan pesatnya perkembangan teknologi, pendidik dituntut tidak hanya kompeten mengajar, tetapi juga kreatif menciptakan solusi yang bernilai ekonomi dan sosial. Buku ini membahas konsep dasar edupreneurship, pengembangan kreativitas dan inovasi, analisis kebutuhan anak dan orang tua, hingga perancangan produk edukatif yang aman, menarik, dan sesuai tahap perkembangan.

Pembaca akan dipandu menyusun model bisnis, strategi pemasaran digital, pengelolaan keuangan sederhana, serta pemanfaatan teknologi untuk memperluas layanan. Buku ini menegaskan bahwa edupreneurship bukan sekadar mencari keuntungan, melainkan ikhtiar meningkatkan kualitas pendidikan anak usia dini secara berkelanjutan. Sebuah referensi penting untuk melahirkan pendidik PAUD yang profesional, mandiri, dan berdaya saing di era modern.

Melalui buku ini diharapkan tumbuh cara pandang baru bahwa lembaga dan pendidik PAUD dapat menjadi agen perubahan ekonomi kreatif di lingkungan sekitarnya. Setiap gagasan, produk, maupun layanan yang lahir dari proses edupreneurship diarahkan untuk memberi dampak nyata bagi perkembangan anak, pemberdayaan orang tua, serta kemandirian lembaga. Dengan memadukan idealisme pendidikan dan semangat kewirausahaan, buku ini mengajak pembaca berani memulai, berinovasi, dan membangun ekosistem PAUD yang lebih berkualitas, inklusif, dan berkelanjutan.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
SINOPSIS.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENGENALAN EDUPRENEURSHIP DALAM PAUD.....	1
A. Pengertian Edupreneurship.....	1
B. Konsep Dasar Edupreneurship	4
C. Urgensi Edupreneurship Dalam Pendidikan	7
D. Potensi Edupreneurship di Bidang Paud	9
BAB II KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM EDUPRENEURSHIP	17
A. Pentingnya Kreativitas dan Usaha Edukatif.....	17
B. Inovasi Sebagai Kunci Keberlanjutan	18
C. Strategi Menciptakan Produk Edukatif dan Kreatif	19
D. Contoh Produk Inovasi di Bidang PAUD	20
BAB III ANALISIS PASAR DAN KEBUTUHAN	
PENDIDIKAN ANAK USIA DINI	25
A. Pentingnya Studi Pasar	25
B. Analisis Kebutuhan Anak Usia Dini	29
C. Analisis Kebutuhan Orang Tua.....	34
D. Identifikasi Peluang Usaha.....	36
BAB IV PENGEMBANGAN PRODUK	
EDUKATIF DAN MODEL BISNIS	43
A. Pengertian Pengembangan Produk Edukatif.....	43
B. Pengertian Model Bisnis Dalam Edupreneurship PAUD.....	46
BAB V PERENCANAAN BISNIS EDUPRENEURSHIP	51
A. Komponen Business Plan.....	52
B. Strategi Pemasaran Produk Edukatif	55
C. Strategi Promosi Usaha PAUD	59
D. Perencanaan Jangka Panjang	63
BAB VI PENGELOLAAN KEUANGAN DALAM EDUPRENEURSHIP.....	69
A. Dasar-Dasar Pengelolaan Keuangan.....	69
B. Teknik Pembukuan Sederhana	72
C. Perencanaan Anggaran.....	74

D. Strategi Menjaga Keberlanjutan Usaha	75
BAB VII TEKNOLOGI, MEDIA DIGITAL, DAN	
RELASI PELANGGAN DALAM EDUPRENEURSHIP	83
A. Pemanfaatan Teknologi Dalam Edupreneurship	83
B. Peran Media Sosial Dalam Pemasaran	86
C. Membangun Hubungan Dengan Pelanggan.....	89
D. Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.....	94
BAB VIII ETIKA, REGULASI, DAN	
EVALUASI USAHA EDUPRENEURSHIP.....	103
A. Pentingnya Etika Dalam Usaha Edukatif.....	103
B. Regulasi dan Legalitas Usaha Paud.....	105
C. Evaluasi Keberhasilan Usaha Edupreneurship	113
D. Strategi Pengembangan Usaha Jangka Panjang	118

BAB I

PENGENALAN EDUPRENEURSHIP DALAM PAUD

A. PENGERTIAN EDUPRENEURSHIP

a. Definisi Edupreneurship

Edupreneurship merupakan konsep yang mengintegrasikan nilai-nilai pendidikan dengan prinsip kewirausahaan. Secara umum, edupreneurship dipahami sebagai perpaduan antara dunia pendidikan dan kewirausahaan yang bertujuan untuk menciptakan individu yang tidak hanya unggul dalam aspek akademik, tetapi juga memiliki kemampuan berinovasi, berpikir kreatif, dan menciptakan peluang usaha. Konsep ini menekankan pembelajaran berbasis praktik (*experiential learning*) yang mendorong peserta didik untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan seperti berpikir kritis, kreatif, inovatif, serta kemampuan memecahkan masalah secara kontekstual (Dhorifah et al., 2025).

Dalam perspektif kewirausahaan, kemampuan mengidentifikasi peluang merupakan inti dari proses kewirausahaan itu sendiri. Oleh karena itu, pendidikan yang berorientasi edupreneurship perlu berfokus pada pengembangan keterampilan observasi, analisis, serta pengambilan keputusan sejak dini agar peserta didik memiliki kepekaan terhadap peluang di lingkungan sekitarnya (Arma, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa edupreneurship tidak sekadar mengajarkan aktivitas bisnis, tetapi menanamkan pola pikir (*mindset*) kewirausahaan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjelina, R. &. (2025). Tantangan dan Peluang Edupreneurship: Kajian Literatur di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(1), 01-04.
- Arma, O. P. (2025). Analisis Pembelajaran Berbasis Konsep Edupreneurship . *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 4(5), 595-614.
- Dhorifah, M. &. (2025). Edupreneurship Sebagai Strategi Pendidikan dalam Membangun Kreativitas Wirausaha Islami. *Indonesian Journal Of Islamic Studies (IJIS)*, 1(2), 542-547.
- Hisrich, R. D. (2017). *Enterpreneurship*. New York: McGraw-Hill Education.
- Jufri, M. &. (2016). Pengembangan Panduan Permainan Kewirausahaan Berbasis Multimedia Digital pada Pendidikan Anak Usia Dini.
- Mulyasa, E. (2017). *Manajemen Pendidikan Anak Usia Dini*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nainggolan, F. A. (2025). Peran Edupreneurship Dalam Menghadapi Tantangan Pendidikan Masa Depan. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Universitas Dharmawangsa Vol. 2 No. 1*.
- Rahmi, A. &. (2024). Pelatihan Kewirausahaan Pembuatan Dan Pemasaran Alat Peraga Edukatif (APE) Untuk Anak Usia Dini Melalui Pemasaaran Digital. *Prosiding Pengabdian Kepaa Masyarakat Dosen UNISKA MAB.3*.
- Sriyanti, S. &. (2021). Best Practice Edupreneurship Berbasis Pembelajaran Sentra Berkebun Di PAUD Darussalam Bojonegoro. *Al Hikmah Indonesian Journal of Early Childhood Islamic Education*, 5 (1), 51-62.
- Suryana. (2018). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.

- Sutrisno, W. &. (2018). Analisis Pengaruh Edupreneurship dan Mentoring Terhadap Peningkatan Daya Saing Lulusan Perguruan Tinggi . *RDJE: Research and Development Journal of Education*, 5(1), 114-124.
- UNESCO. (2016). *Inovating Education and Educating for Innovation*. Paris: UNESCO Publishing.
- Visnhu Pradana, B. G. (2022). The Role of The Digitalization of Learning Media on The Quality of Learning. *Jurnal Sosial Humaniora*, 13(2), 145-153.

BAB II

KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM EDUPRENEURSHIP

A. PENTINGNYA KREATIVITAS DAN USAHA EDUKATIF

Menurut Rusdiana (2014) kreativitas adalah sebagai keahlian untuk membuat ide-ide baru dan menemukan metode-metode baru dalam melihat suatu masalah dan peluang. Dalam konteks edupreneurship, kreativitas tidak hanya dipahami sebagai kemampuan menciptakan sesuatu yang baru, tetapi juga sebagai upaya mengembangkan layanan pendidikan yang relevan dengan kebutuhan peserta didik, khususnya anak usia dini. Usaha edukatif yang berbasis kreativitas mampu menjawab tantangan dunia pendidikan yang terus berkembang serta kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks.

1. Kreativitas sebagai pembeda produk/layanan

Dalam edupreneurship, kreativitas berfungsi sebagai pembeda antara satu produk atau layanan pendidikan dengan yang lainnya. Produk edukatif yang kreatif akan memiliki ciri khas tertentu, baik dari segi desain, metode, media, maupun pendekatan pembelajaran. Hal ini penting karena persaingan di bidang pendidikan semakin ketat,

Schumpeter (Yasin et al., 2025) menyatakan bahwa inovasi dan kreativitas merupakan inti dari kewirausahaan, karena melalui kreativitas pelaku usaha dapat menciptakan nilai baru. Dalam konteks PAUD, kreativitas dapat diwujudkan dalam bentuk media pembelajaran yang menarik, permainan edukatif, maupun metode belajar yang menyenangkan dan sesuai dengan tahap perkembangan anak.

DAFTAR PUSTAKA

- Epstein, J. L. (2011). *School, family, and community partnership. Preparing educators and improving schools.*
- Insani, H. (2025). Strategi Efektif untuk Meningkatkan Keterampilan Berbahasa pada Anak Usia Dini Pemalu melalui Pendekatan Teori Zona Perkembangan Proksimal (ZPD) Vygotsky. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 2(2), 14-14.
- Kemendikbud. (2020). Perkembangan Anak Usia Dini (Modul 2). *Jakarta GTK PAUD.*
- Mayer, RE & Moreno, R. (2010). *Thecniques That Reduce Extraneous Cognitive Load and Manage Intrinsic Cognitive Load during Multimedia Learning.* New York: Cambridge University Press.
- Numaseb, N. (2025). Belajar Sambil Bermain: Menguak Strategi Pembelajaran Efektif Untuk Anak Usia Dini. *Montessori Jurnal Pendidikan Kristen Anak Usia Dini*, 6(1), 95-100.
- Piaget, J. (1952). *The origins of intelligence in children.* International Universities Press.
- Rusdiana. (2014). Kewirausahaan Teori dan Praktek. *Bandung: Pustaka Pustaka.*
- Santrock, J. W. (2018). *Life-span development (17th ed.).* McGraw-Hill Education.
- Yasin, N. A., Insan, A. N., & Jumriah, J. (2025). Kreativitas Dan Inovasi Terhadap keberhasilan usaha kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Online Manajemen ELPEI*, 5(1), 1206-1211.

BAB III

ANALISIS PASAR DAN KEBUTUHAN PENDIDIKAN ANAK USIA DINI

A. PENTINGNYA STUDI PASAR

Pentingnya studi pasar dalam penyelenggaraan usaha PAUD tidak dapat diabaikan. Melakukan analisis pasar secara menyeluruh membantu pengusaha memahami kondisi pasar, tren konsumen (orang tua), dan potensi pertumbuhan usaha. Dengan pemahaman ini, pelaku PAUD dapat mengidentifikasi kebutuhan dan harapan orang tua, sekaligus merumuskan strategi yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Misalnya, penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang baik (meliputi analisis kebutuhan orang tua, SWOT, dan segmentasi pasar) dapat meningkatkan minat orang tua mendaftarkan anaknya dan menciptakan citra positif Lembaga. Tanpa studi pasar, risiko gagalnya usaha menjadi besar – produk atau layanan yang kurang sesuai kebutuhan konsumen dapat membuat lembaga PAUD kehilangan calon peserta dan akhirnya menutup.

a. Memahami posisi usaha sebelum memulai.

Dalam dunia pendidikan mutu menjadi kunci. Jika suatu barang berupa produk kualitasnya kurang bagus maka akan terpinggirkan. Mampu atau tidaknya suatu lembaga memberikan fasilitas yang bagus akan berdampak kepada kesuksesan, dalam proses pemasaran jasa pendidikan di suatu lembaga pendidikan tersebut. hal tersebut membuktikan bahwa faktanya masyarakat sudah memperhatikan dan memilah-milih sekolah yang bermutu untuk anaknya (munastiwi, 2018).

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arifah, N., & Misidawati, D. N. (2024). Analisis Pasar dan Strategi Pemasaran dalam Studi Kelayakan Bisnis. *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur*, 3(1), 20-31.
- Azizah, A. N. I., Nadhifa, A. C., & Hakim, L. (2023). Melatih Kemampuan Motorik Halus Dan Motorik Kasar Anak Usia Dini (Teori Dan Praktik). Penerbit Tahta Media.
- Elytasari, S. (2017). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan untuk Meningkatkan Kepercayaan (Trust) Stakeholders di TK Amal Insani Depok Yogyakarta. *Jurnal Warna*, 1(1), 117-154.
- Fadhilah, L. A. N., & Sudarwanto, T. (2024). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Orang Tua dalam memilih Jasa Pendidikan di SD Labschool UNESA 1 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(3), 379-390.
- Fajarrini, A., & Diana, R. R. (2024). Peran Lingkungan Tempat Tinggal Terhadap Perkembangan Bahasa Anak Usia Dini. *Abata: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 4(1), 1-16.
- Fauzia, W., & Hajar, R. T. (2022). Perkembangan bahasa aud dan praktek permainan bahasa anak. *AT-THUFULY: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 2(2), 98-103.
- Jemput Bola hingga Terasku, Inovasi Bunda PAUD Perluas Akses. (2025, November 26). Retrieved from Kemendikdasmen: <https://kemendikdasmen.go.id/berita/14237-jemput-bola-hingga-terasku-inovasi-bunda-paud-perluas-akses>
- Memainkan Peluang dari Bisnis Sekolah Anak. (2013, Desember 11). Retrieved from Kontan: <https://peluangusaha.kontan.co.id/news/memainkan-peluang-dari-bisnis-sekolah-anak>
- Meyanti, I. G. A. S., Sutajaya, I. M., & Sudiarta, I. G. P. (2023). Implikasi Pendidikan Kewirausahaan dalam Membentuk Minat dan Kompetensi Wirausaha. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(3), 292-299.
- Nurwijayanti, W. (2025). PERKEMBANGAN KOGNITIF PADA ANAK USIA DINI. *Jurnal Medika Utama*, 6(3 April), 4223-4227.

- Pratiwi, I., & Munastiwi, E. (2020). Analisis Strategi Pemasaran PAUD. *Indonesian Journal of Islamic Early Childhood Education*, 5(2), 36-40.
- Putri, R. D., & Widiensyah, S. (2025). Peran Orang Tua Dalam Pengambilan Keputusan Pendidikan Anak Perempuan. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 9(2), 455-462.
- Tren Angka Partisipasi Kasar PAUD di Indonesia pada 2021-2025. (2025, November 25). Retrieve from Databoks Katadata: <https://databoks.katadata.co.id/pendidikan/statistik/6925e48876e5f/tren-angka-partisipasi-kasar-paud-di-indonesia-pada-2021-2025>
- Zulfa, N. A., Sari, N., Munastiwi, E., & Rohmah, L. (2025). Digitalisasi Dan Edupreneurship Pada Transformasi Paud Menuju Pendidikan Berdaya Saing Global. *Aulad: Journal on Early Childhood*, 8(3), 1277-1285.
- (Jumlah Pengguna Melonjak, Startup Pendidikan Usia Dini Batas Bangun Pre-School, 2024)
- (Mengapa Orang Tua Harus Selektif dalam Memilih TK? Ini 9 Faktanya , 2025)

BAB IV

PENGEMBANGAN PRODUK EDUKATIF DAN MODEL BISNIS

A. PENGERTIAN PENGEMBANGAN PRODUK EDUKATIF

Media dan sumber belajar dalam pembelajaran anak usia dini juga memerlukan keberadaan Alat Permainan Edukatif (APE). Meskipun alat permainan termasuk bagian dari sumber belajar, pengembangannya harus mengikuti prinsip belajar anak usia dini, yaitu bermain sambil belajar. Hal ini karena aktivitas bermain bagi anak merupakan proses belajar itu sendiri. Melalui bermain, anak memperoleh berbagai pengalaman baru yang membantu mengembangkan kemampuan dan pertumbuhan mereka. Oleh sebab itu, diperlukan alat permainan yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana belajar anak.

Alat Permainan Edukatif (APE) adalah beragam alat atau benda yang digunakan anak untuk bermain, yang dirancang untuk menstimulasi dan mengembangkan berbagai kemampuan mereka. APE berfungsi sebagai alat dalam kegiatan bermain sambil belajar, baik untuk permainan bebas maupun aktivitas yang dipandu oleh guru.

Produk edukatif untuk anak usia dini merupakan berbagai alat, bahan, atau media yang dibuat secara khusus untuk mendukung proses belajar anak usia 0–6 tahun. Produk ini dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan perkembangan fisik, kognitif, sosial, dan emosional anak pada tahap awal pertumbuhan. Setiap produk edukatif harus memiliki unsur pendidikan yang memungkinkan anak belajar melalui pengalaman yang menyenangkan, menarik, dan

DAFTAR PUSTAKA

- Afia, N., Firdaus, M., Asitah, N., Rosyidah, E., & Purnomo, A. (2022). Memahami Apa Makna Model Bisnis. *OSF Preprints*.
- Khairunnisa, K., Bismillah, A., Miyani, R., Mupadiah, A., Aghnaita, A., & Muzakki, M. (2025). Pengenalan Edupreneur melalui Kegiatan Bazar bagi Anak Usia Dini di TK Aqidah Palangka Raya. *Mestaka: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 167-172.
- Natsir, T. A. L. (2022). Pengembangan Alat Permainan Edukatif: Sebuah Kajian Teori dan Praktik.
- Nuryati, N. (2022). Model Pengembangan Bahan Ajar Alat Permainan Edukatif (Ape) Untuk Mahasiswa Paud. *Research and Development Journal of Education*, 8(2), 536-545.
- Rahmah, H. (2021). PENGEMBANGAN ALAT PERMAINAN EDUKATIF SAPI PERAH DALAM PEMBELAJARAN ANAK USIA DINI. *Ana'Bulava: Jurnal Pendidikan Anak*, 2(2), 38-55.
- Zulfa, N. A., Sari, N., Munastiwi, E., & Rohmah, L. (2025). Digitalisasi Dan Edupreneurship Pada Transformasi Paud Menuju Pendidikan Berdaya Saing Global. *Aulad: Journal on Early Childhood*, 8(3), 1277-1285.

BAB V

PERENCANAAN BISNIS EDUPRENEURSHIP

Perencanaan Bisnis Edupreneurship merupakan panduan strategis yang penting, mengintegrasikan prinsip kewirausahaan yang fokus pada keuntungan dengan tujuan mulia di bidang Pendidikan. Penjelasan ini mendetail bagaimana Lembaga Pendidikan seperti PAUD dapat dikelola dengan cara yang profesional dan inovatif. Perencanaan ini seharusnya memuat analisis menyeluruh tentang kebutuhan pasar (misalnya, permintaan orang tua akan kurikulum digital atau pembentukan karakter), penetapan visi misi yang berbeda, serta analisis SWOT untuk mengenali keunggulan yang dimiliki. Tujuannya bukan hanya untuk mengembangkan proses pembelajaran yang berkualitas, tetapi juga untuk menjamin keberlangsungan finansial, di mana inovasi dalam kurikulum dan strategi pemasaran yang efektif, baik melalui media online maupun offline yang menjadi pendorong utama pertumbuhan.

Dalam praktiknya, perencanaan ini meliputi seluruh aspek operasional, mulai dari pemilihan model pendapatan, struktur biaya, hingga proyeksi keuangan untuk jangka waktu panjang. Dalam konteks PAUD, rencana bisnis yang kuat akan menjelaskan bagaimana produk edukatif didistribusikan (memilih lokasi yang tepat dan membuat proses pendaftaran yang sederhana), bagaimana penetapan harga dilakukan berdasarkan nilai yang diberikan, dan bagaimana melakukan diverifikasi produk atau memperluas usaha di masa datang. Dengan demikian, perencanaan bisnis edupreneurship berfungsi sebagai penghubung antara dedikasi untuk pengajar dan efektivitas dalam

DAFTAR PUSTAKA

- Indrawan, D., Fahmi, M. A., Ardiansyah, R. I., Zuhri, M. R. F., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Business Plan Sebagai Langkah Awal Memulai Usaha. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 3(01), 274-277.
- Mutia Arda, S. E., Dewi Andriany, S. E., Satria Mirsya Affandy, S. E., & Yudha Andriansyah Putra, S. P. (2022). Perencanaan bisnis dan cara mudah menyusun business plan. umsu press.
- Setiyawan, A., & Rofifudin, F. M. (2024). Urgensi Segmentasi Pasar Bagi Perusahaan: Literature Review. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 70-77.
- Febriyaningsih, C. (2023). Analisis Strategi Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Budidaya Maggot Sylva Farm Kabupaten Tegal. *Administrasi Dan Bisnis*, 15, 1-126.
- Bayhaqi, H., & Aslami, N. (2022). Identifikasi pasar, segmen dan target pasar sasaran bisnis asuransi. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(1), 111-118.
- Rahman, A. V. (2023). Analisis Segmentasi Pasar Dalam Pembelian Produk Minarako Padang Untuk Menentukan Target Pasar. *Journal of Science Education and Management Business*, 2(3), 178-184.
- Aisyah, S., Mudrika, M., & Ningrum, A. W. (2025). Inspirasi dan Analisa Usaha dalam Konteks Edupreneurship. *JOURNAL OF TEACHER EDUCATION AL-ABAWAINI*, 1(1), 17-27.
- Rinta, A. S., Febriana, D., & Wulandari, R. (2022). Strategi pengelolaan pemasaran pendidikan anak usia dini. *Jurnal Multidisipliner Bharasumba*, 1(02), 198-205.
- Hamid, R. S., Ariasih, M. P., Suarniki, N. N., Purwoko, P., Nurchayati, N., Tarmizi, A., Efdison, Z., Pasaribu, A. W., Fitriya, S., Solihin, A., Budaya, I., & Vitaloka, D. (2023). *Manajemen pemasaran modern: Strategi dan taktik untuk kesuksesan bisnis*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.

- Novianti, C. (2021). *Aneka ramuan jamu tradisional untuk kebugaran & kesehatan: Disertai berbagai pengemasan jamu untuk peluang bisnis*. Penerbit Andi.
- Santoso, B., Rahayu, S., Fitriani, D., & Syahputra, A. (2023). Transformasi Pendidikan Inklusif: Optimalisasi Kesenjangan Melalui Metode Pembelajaran Responsif Dan Keterlibatan Komunitas. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (PEMAS)*, 1(1), 17-24.
- Cindy, C., Nurvita, A. S., & Ifendi, M. (2025). Strategi Promosi dan Komunikasi Jasa Pendidikan. *DIAJAR: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4(1), 25-36.
- Kresnawaty, A. (2024). Strategi Pengelolaan Barang Bekas yang Baik dalam Pendidikan Anak Usia Dini. *Jurnal Inovasi, Evaluasi Dan Pengembangan Pembelajaran (JIEPP)*, 4(1), 53-60.
- Sa'diyah, S. D., & Hariyanto, B. Aisyiyah Bustanul Athfal Bebekan Kindergarten Strategy in Building Branding to Grow Community Interest: Strategi TK Aisyiyah Bustanul Athfal Bebekan dalam Membangun Branding untuk Menumbuhkan Animo Masyarakat.
- Safitri, F., Ramlah, R., Sandy, W., & Siregar, A. C. (2025). *Literasi digital dalam dunia pendidikan*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nurmalasari, N., & Masitoh, I. (2020). Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial. *Journal of Management Review*, 4(3), 543-548.
- MAULIDIN, S., & SUHARDI, M. (2024). Manajemen pemasaran pendidikan berbasis website sebagai media informasi di SMKN Unggul Terpadu Anak Tuha. *VOCATIONAL: Jurnal Inovasi Pendidikan Kejuruan*, 4(3), 109-123.
- Setyadarma, B., Poernomo, T. T., & Putri, H. I. W. (2022). Peranan E-Commerce terhadap Pengembangan model proses rekrutmen murid baru maupun akselerasi pembelajaran kelompok bermain & Taman Kanak-kanak Delta Asih Pertiwi, Waru Sidoarjo. *Dedikasi Sains dan Teknologi (DST)*, 2(1), 39-47.

- Kurniawati, A. B., Wati, E. K., Prastyaningtyas, E. W., Hermawan, Y., Prabawati, M. N., Khoiruumah, I., Gustaman, R. F., Rosita, L., Anjaini, J., & Analiana, S. (2024). *Edupreneurship: Meningkatkan jiwa wirausaha melalui pendidikan*. Bayfa Cendekia Indonesia.
- Hariyono, H., Suharto, S., & Erlangga, H. (2024). *Entrepreneurship: Manajemen strategi untuk perkembangan UMKM di Indonesia*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Widiyaningrum, N., Rusdin, M. A. B. A., & Masturoh, U. (2025). Promotion Management Strategies In Early Childhood Education In The Digital 5.0 Era. *Journal of Social Science and Economics*, 4(1), 43-52.
- Lashwaty, N. D., Widiati, I. S., & Nurhidayanto, N. (2023). Strategi bauran pemasaran 4p terhadap pemilihan kelompok bermain/taman-kanak-kanak. *Jurnal STIE Semarang (Edisi Elektronik)*, 15(2), 229-243.
- Widyaningsih, B., Rahmatika, A. N. M., & Asparinza, E. F. A. (2024). Implementasi Strategi Promotion Mix Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik. *JoEMS (Journal of Education and Management Studies)*, 7(5), 168-172.
- Islam, M. P., & Rahmatullah, S. A. (2023). Marketing Management of Educational Services in Early Childhood Education. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(2), 1312-1319.

BAB VI

PENGELOLAAN KEUANGAN DALAM EDUPRENEURSHIP

Edupreneurship merupakan pendidikan yang menyatukan konsep dalam usaha dengan pembelajaran di sekolah, dan biasanya *edupreneur* ini ada di lingkup sekolah kejuruan. Di era saat ini keterampilan seorang siswa dalam wirausaha itu sangat diperlukan karena dianggap lebih mampu untuk mempersiapkan dirinya untuk menghadapi tantangan di dunia kerja sekaligus mampu menciptakan lapangan kerja secara mandiri (Mugiarto, 2023 dalam Arma, O. P., & Iswatiningsih, D. 2025). Dalam Bab ini kami akan menyajikan prinsip dan teknik pengelolaan keuangan yang didukung oleh konsep akuntansi dan manajemen keuangan.

A. DASAR-DASAR PENGELOLAAN KEUANGAN

a. Memahami Arus Kas, Aset, dan Liabilitas

Menurut (Van Horne dan Wachowicz 2008 dalam Fadli, Z., dkk 2025) manajemen atau pengelolaan keuangan adalah aktivitas yang menghasilkan uang atau pendanaan dengan adanya aturan agar dapat mengelola aset dengan tujuan secara menyeluruh. Untuk itu dengan adanya penekanan ini maka fungsi manajer keuangan sangatlah diperlukan dengan tujuan agar sebuah organisasi dapat berjalan dengan baik. Adapun yang perlu kita perhatikan dalam dasar dasar pengelolaan keuangan yaitu memahami arus kas, aset dan liabilitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arma, O. P., & Iswatiningsih, D. (2025). ANALISIS PEMBELAJARAN BERBASIS KONSEP EDUPRENEURSHIP. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 4(5), 595-614.
- Kustiningsih, N., & Farhan, A. (2022). *Manajemen keuangan: Dasar-dasar pengelolaan keuangan*. Cv Globalcare.
- Fadli, Z., Ria, S., Parju, P., Yulianti, N. L. P. N., Kurnia, D., Sumual, L. P., ... & Chandra, F. (2025). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. CV. Gita Lentera.
- Hasibuan, A. F. H., Ritonga, A. S., Mutia, I., & Batu, S. L. (2023). Analisis Laporan Arus Kas untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan pada Bank BCA Syariah. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 9(2), 100-106.
- Pasaribu, J. S. (2021). Perancangan Sistem Informasi Berbasis Web Pengelolaan Inventaris Aset Kantor Di Pt. Mpm Finance Bandung. *Jurnal Ilmiah Teknologi Infomasi Terapan*, 7(3), 229-241.
- Pratiwi, A. (2020). Pengaruh Liabilitas Dan Ekuitas Terhadap Profitabilitas Pada PT. Primarindo Asia Infrastructure Tbk. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(2), 123-132.
- Apandi, A., Sampurna, D. S., Santoso, J. B., Syamsuar, G., & Maliki, F. (2023). Pentingnya laporan keuangan yang baik bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). *PROGRESIF: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan*, 3(2), 53-60.
- Juliyanti, W., Adamura, F., Jianggimahastu, P., & Husaini, R. (2025). Peningkatan Literasi Keuangan UMKM melalui Sosialisasi Pemisahan Keuangan Usaha dan Pribadi di Desa Jatirejo, Wonoasri, Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(9), 5046-5052.
- Awalin, M. I., & Kurniawati, Y. (2025). Pengelolaan Administrasi Pada Usaha Kreatif. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 1087-1093.

- Widodo, U. P. W., & Ramadhani, N. N. D. (2024). Efektivitas Pengelolaan Kas Kecil Melalui Pengendalian Internal Pada Perusahaan. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 3(04), 637-644.
- Husain, S. P., Muzdalifah, M., & Ahmad, S. H. (2025). Pembukuan Sederhana sebagai Sarana Edukasi Keuangan Bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil. *Mopolayio: Jurnal Pengabdian Ekonomi*, 4(3), 154-161.
- Soeparyono, R. D., Khuluqi, K., & Sugeng, A. (2024). SOSIALISASI PENYUSUNAN LAPORAN LABA RUGI SEDERHANA BAGI KELOMPOK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH PADA UMKM GADING BERSINAR. *Jurnal Abdi Citra*, 1(1), 47-55.
- Gendalasari, G. G., & Riyadi, R. (2022). Manajemen keuangan (Laporan keuangan sederhana UMKM). *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(9), 1761-1770.
- Aisyah, S., Mudrika, M., & Ningrum, A. W. (2025). Inspirasi dan Analisa Usaha dalam Konteks Edupreneursip. *JOURNAL OF TEACHER EDUCATION AL-ABAWAINI*, 1(1), 17-27.
- Rofiddudin, M. (2024). *Pengantar bisnis: Membangun jiwa entrepreneurship yang tahan banting*. CV Basya Media Utama.
- Dhorifah, M., Azzahra, D. F., Kumara, P., Lestari, R. I., & Rahmawati, F. (2025). EDUPRENEURSHIP SEBAGAI STRATEGI PENDIDIKAN DALAM MEMBANGUN KREATIVITAS WIRAUSAHA ISLAMI. *Indonesian Journal of Islamic Studies (IJIS)*, 1(2), 542-547.

BAB VII

TEKNOLOGI, MEDIA DIGITAL, DAN RELASI PELANGGAN DALAM EDUPRENEURSHIP

A. PEMANFAATAN TEKNOLOGI DALAM EDUPRENEURSHIP

a. Aplikasi Pembelajaran

Aplikasi Pembelajaran Edupreneurship memiliki peran yang signifikan dalam pengembangan layanan bimbingan belajar karena mampu memadukan nilai-nilai kewirausahaan dengan misi pendidikan (Aisyah & Ningrum, 2025). Pemanfaatan aplikasi pembelajaran dalam edupreneurship menjadi salah satu inovasi strategis dalam meningkatkan kualitas layanan pendidikan berbasis bisnis.

Aplikasi pembelajaran memungkinkan penyedia layanan pendidikan untuk mengintegrasikan teknologi digital sebagai sarana penyampaian materi, evaluasi pembelajaran, serta interaksi antara pendidik dan peserta didik. Edupreneurship, yang merupakan jembatan antara pendidikan dan bisnis, berfokus pada pertumbuhan kreatif, inovatif, dan berkelanjutan dalam bisnis pendidikan, 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 (Novianti & Rahmawati, 2025). Dalam edupreneurship, aplikasi pembelajaran tidak hanya berperan sebagai alat bantu belajar, melainkan sebagai produk utama yang memiliki nilai jual.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., & Ningrum, A. W. (2025). *Inspirasi dan Analisa Usaha dalam Konteks Edurprenersip*. 17–27.
- Anderson, T. (2020). *Theory and Practice of Online Learning*. Athabasca University Press.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan*. 3(September), 171–180.
- Maturidi, R., Nugraha, D., Malik, A., Didik, P., & Pemasaran, S. (2024). *Strategi Pemasaran Pendidikan dengan Menggunakan Media Digital dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta didik*. 4(1), 185–196.
- Nisa, A., Awalia, F., Khusna, M., & Haliza, N. (2025). *Strategi Digital Marketing Seorang Edupreneur Melalui Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Efektif An Edupreneur 's Digital Marketing Strategy Through Social Media as an Effective Promotional Tool*. 2(1), 68–76.
- Novianti, S., & Rahmawati, F. (2025). *Pemanfaatan Media Digital Dalam Implementasi Edupreneurship Pada Bimbel AHE Sebagai Lembaga Pendidikan Alternatif Untuk Siswa Utilization of Digital Media in the Implementation of Edupreneurship at AHE Tutoring as an Alternative Educational Institution fo*. 2(1), 77–84.
- Nuraeni, R. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN*. 2(4), 487–493.
- Arwin, S. M. W., Isra, M., Mutiara, M., & Aras, M. (2024). *The Role of Social Media inDigital Marketing in the Creative Industry case study on Aico Creative Indonesia. Journal of Economics, Entrepreneurship, Management Business and Accounting*, 2(2), 109-115.
- Sari, R., & Nugroho, A. (2019). *Digital Learning Innovation in Education. Journal of Educational Technology*.

- Suyanto, S. (2020). *Pendidikan Anak Usia Dini: Konsep dan Aplikasi*. Kencana. Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Wahyuni, S., & Lestari, R. (2021). *Digital Learning for Early Childhood Education*. *Journal of Early Childhood Education*
- Zulfa, N. A., Sari, N., Munastiwi, E., & Rohmah, L. (2025). *Aulad : Journal on Early Childhood Digitalisasi Dan Edupreneurship Pada Transformasi Paud Menuju Pendidikan Berdaya Saing Global*. 8(3), 1277–1285.
<https://doi.org/10.31004/aulad.v8i3.943>
- Isa, M., Praswati, A. N., Sari, E. K., & Ramadani, K. D. N. (2023). *Strategi Pemasaran Melalui Konten Media Sosial MIM PK Wirogunan*. *Abdi Psikonomi*, 77-83.
- Kristanto, T., Prayudi, M. N., & Rochmah, W. Y. (2025). *Analisis Penggunaan Media Sosial untuk Meningkatkan Brand Awareness di YouTube*. *Jurnal Ilmiah Bisnis Digital*, 1(2), 67-76.
- Munawwaroh, Z., Alifia, N., Syahidah, M. M., & Kurniawan, M. A. (2025). *Strategi Pemasaran Online dalam Membentuk Branding Sekolah TK Islam Kencana*. *DIAJAR: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 4(4), 687-694.
- Putra, Y. D., Arifin, I., Samawi, A., & Salehudin, S. N. (2025). *Digital Marketing melalui Pembuatan Konten pada Media Sosial sebagai Upaya Peningkatan Sarana Promosi dan Branding Sekolah*. *Jurnal Mutiara Pendidikan*, 5(1), 124-129.
- Rozi, F. (2021). *The influence of membership program on customer loyalty mediated by customer satisfaction*. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478).
- Singh, S. (2025). *To Understand the Meaning of Social Media Marketing and the Factors that Influence Social Media Marketing*. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 9(2), 1427-1437
- Sudarso, S., Wardana, M. D. K., Zaenah, M. A. R., Masfufah, H., & Yulianti, M. (2024). *Transformasi Pendidikan Usia Dini: Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Citra Sekolah dan*

- Profesionalisme Guru PAUD. Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 5(3), 243-270.
- Sundari, E., Armis, A., Jamil, P. C., & Sasi, G. (2023). *Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Guna Meningkatkan Jumlah Siswa TK Alghazali Kids Di Pekanbaru. Community Engagement and...*, 4, 152–158.
- Tsalskan, V., Baez, R. S., & Firestein, G. S. (2023). *Cost-effectiveness of social media advertising as a recruitment tool: A systematic review and meta-analysis. Journal of Clinical and Translational Science*, 7(1), e180.
- Utomo, A., & Indriani, F. (2024). *Pengaruh Program Membership dan Kualitas Layanan Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Minat Pembelian Berulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 1104-1111.
- Lukas, A. P. (2006). *Makalah Seminar, Costumer and Partner Relationship Management. Telematic Research Group*.
- Ahmad, M. (2013). *Analisis manajemen hubungan pelanggan. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo*, 1-8.
- Umiyati, H., & Hartono, R. (2021). *Pengaruh kualitas layanan pendidikan lembaga PAUD terhadap tingkat kepuasan orang tua murid. Jurnal Serasi*, 19(2), 87-102.
- Hovland (1953: 188) dalam H. Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008
- kotler, p., & keller, k. l. (2016). *Manajemen pemasaran (edisi ke-15)*. Pearson Education

BAB VIII

ETIKA, REGULASI, DAN EVALUASI USAHA EDUPRENEURSHIP

A. PENTINGNYA ETIKA DALAM USAHA EDUKATIF

Etika dalam konteks edupreneurship merupakan seperangkat prinsip moral yang memandu seluruh aktivitas operasional lembaga pendidikan agar tetap berada dalam koridor kemanusiaan dan kependidikan. Menurut Sudaryono (2021), etika bukan sekadar pelengkap atau alat pencitraan, melainkan fondasi utama yang menentukan keberlanjutan sebuah usaha pendidikan. Hal ini dikarenakan edupreneurship memiliki karakteristik unik: ia mengejar profitabilitas untuk keberlangsungan organisasi, namun di sisi lain memiliki tanggung jawab luhur dalam mencerdaskan kehidupan bangsa. Tanpa etika yang kuat, sebuah usaha pendidikan berisiko terjebak dalam komersialisasi yang mengorbankan kualitas pembelajaran demi keuntungan materi semata. Keberadaan etika menjamin bahwa setiap inovasi bisnis yang dilakukan tetap berorientasi pada kepentingan terbaik peserta didik, sehingga tercipta kepercayaan (trust) yang mendalam dari masyarakat selaku pemangku kepentingan.

a. Integritas, Kejujuran, dan Tanggung Jawab

Integritas dalam usaha edupreneurship mencerminkan kesesuaian antara janji kurikulum yang ditawarkan dengan implementasi nyata di dalam kelas. Seorang edupreneur yang berintegritas tidak akan memanipulasi data pencapaian anak atau mempromosikan fasilitas yang tidak ada demi menarik minat orang tua. Merujuk pada pemikiran

DAFTAR PUSTAKA

- Hamzah. (2021). *Metode Penelitian Fenomenologi: Bidang Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2022). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: Refika Aditama.
- Priyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif (Edisi Revisi)*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Sudaryono. (2021). *Metodologi Penelitian: Teori dan Implementasi (Edisi 2)*. Jakarta: Prenada Media.
- Maharani, Alizah, et al. "MANAJEMEN PENDIRIAN LEMBAGA PAUD." *Edukatif: Jurnal Kreativitas dalam Pendidikan* 6.1 (2025).
- Wahyuni, Desvi, Indah Dwi Sartika, and Rahmah Novianti. "Standar alat bermain dan kualitas satuan PAUD." *Raudhatul Athfal: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini* 6.2 (2022): 106-119.
- Drucker, P. F. (2007). *Management Challenges for the 21st Century*. New York: Harper Business.
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Alma, B. (2018). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard*. Boston: Harvard Business School Press.
- Grant, R. M. (2022). *Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases Edition*. 11th Edition. Hoboken: Wiley. (Membahas mengenai integrasi kapabilitas internal dalam menghadapi dinamika pasar global).

- Hax, A. C., & Wilde, D. L. (2023). *The Delta Model: Reinventing Your Business Strategy*. New York: Springer. (Memberikan perspektif baru tentang hubungan pelanggan dan kolaborasi stakeholder sebagai keunggulan kompetitif).
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2023). *The Ecosystem of Shared Value*. Harvard Business Review Press. (Menjelaskan teori Creating Shared Value yang menghubungkan kesuksesan bisnis dengan kemajuan masyarakat).
- Sutanto, A., & Setiawan, B. (2024). Transformasi Digital dan Sinergi Pendidikan-Industri di Indonesia: Menyongsong Indonesia Emas 2045. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 16(2), 112-130. (Studi terbaru mengenai efektivitas kolaborasi industri dengan lembaga pendidikan tinggi).

Edupreneurship PAUD

Buku Edupreneurship PAUD ini hadir sebagai panduan praktis sekaligus inspiratif bagi guru, mahasiswa, dan pegiat pendidikan anak usia dini untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan berbasis nilai edukatif. Di tengah tantangan mutu layanan PAUD dan pesatnya perkembangan teknologi, pendidik dituntut tidak hanya kompeten mengajar, tetapi juga kreatif menciptakan solusi yang bernilai ekonomi dan sosial. Buku ini membahas konsep dasar edupreneurship, pengembangan kreativitas dan inovasi, analisis kebutuhan anak dan orang tua, hingga perancangan produk edukatif yang aman, menarik, dan sesuai tahap perkembangan.

Pembaca akan dipandu menyusun model bisnis, strategi pemasaran digital, pengelolaan keuangan sederhana, serta pemanfaatan teknologi untuk memperluas layanan. Buku ini menegaskan bahwa edupreneurship bukan sekadar mencari keuntungan, melainkan ikhtiar meningkatkan kualitas pendidikan anak usia dini secara berkelanjutan. Sebuah referensi penting untuk melahirkan pendidik PAUD yang profesional, mandiri, dan berdaya saing di era modern.

Melalui buku ini diharapkan tumbuh cara pandang baru bahwa lembaga dan pendidik PAUD dapat menjadi agen perubahan ekonomi kreatif di lingkungan sekitarnya. Setiap gagasan, produk, maupun layanan yang lahir dari proses edupreneurship diarahkan untuk memberi dampak nyata bagi perkembangan anak, pemberdayaan orang tua, serta kemandirian lembaga. Dengan memadukan idealisme pendidikan dan semangat kewirausahaan, buku ini mengajak pembaca berani memulai, berinovasi, dan membangun ekosistem PAUD yang lebih berkualitas, inklusif, dan berkelanjutan.

