

PEMBENTUKAN KREATIVITAS WIRAUSAHA ISLAMI MELALUI PROGRAM EDUPRENEURSHIP DI SMP ISLAM PEKALONGAN

¹Inka Mutiara, ²Arditya Prayogi*
^{1,2}UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan
Email: arditya.prayogi@uingusdur.ac.id*

Abstrak

Berwirausaha/Edupreneurship merupakan hal yang perlu untuk dilatih sedari dini. Selain itu, mental wirausaha juga perlu untuk terus dikembangkan terutama dengan dibarengi dengan upaya-upaya kreatif. Artikel ini bertujuan untuk memberikan gambaran bagaimana kreativitas berwirausaha Islami di kalangan siswa dapat dibentuk melalui penerapan program edupreneurship di SMP Islam Pekalongan serta apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambatnya. Artikel ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan didukung teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dari hasil telaah diketahui bahwa program edupreneurship diterapkan melalui pembelajaran business center yaitu mengajarkan kegiatan praktik bisnis yang dilakukan siswa secara langsung. Langkah-langkah pembentukan kreativitas berwirausaha siswa melalui program edupreneurship dilakukan melalui 4 pendekatan, yaitu pribadi kreatif (person), pendorong (press), proses (process) dan produk (product). Dilihat dari tahapan atau pendekatan yang dilaksanakan pada pembelajaran program edupreneurship menunjukkan bahwa melalui penerapan program edupreneurship para siswa mempunyai ciri-ciri kreativitas berwirausaha Islami yang diteladani dari Rasulullah Saw, yaitu siswa berkeaktivitas dengan jujur, siswa berkeaktivitas secara adil, berkeaktivitas tabligh dapat mengkomunikasikan dengan baik, siswa juga berkeaktivitas secara fathonah, dan siswa berkeaktivitas dalam strategi pemasaran. Faktor pendukung pembentukan kreativitas berwirausaha siswa melalui program edupreneurship yaitu minat siswa terhadap program edupreneurship, dukungan guru yang memfasilitasi eksplorasi ide, kerja sama yang baik antara siswa, variasi dalam metode pembelajaran, dan dukungan orang tua siswa. Sedangkan, faktor penghambatnya yaitu keterbatasan waktu dan sarana dan prasarana yang kurang memadai.

Kata kunci: edupreneurship, kreatif, kreativitas, praktik wirausaha

Abstract

Entrepreneurship/Edupreneurship is something that needs to be trained from an early age. Apart from that, the entrepreneurial mentality also needs to continue to be developed, especially accompanied by creative efforts. This article aims to provide an overview of how Islamic entrepreneurial creativity among students can be formed through implementing the edupreneurship program at Pekalongan Islamic Middle School and what are the supporting and inhibiting factors. This article is field research with a descriptive qualitative approach. Data collection techniques are carried out through observation, interviews, and documentation supported by data analysis techniques using data reduction, data presentation, and drawing conclusions. From the results of the study it is known that the edupreneurship program is implemented through business center learning, namely teaching business practice activities carried out directly by students. The steps for forming students' entrepreneurial creativity through the edupreneurship program are carried out through 4 approaches, namely the creative person (person), pusher (press), process (process) and product (product). Judging from the stages or approaches implemented in the learning edupreneurship program, it shows that through the implementation of the edupreneurship program the students have the characteristics of Islamic entrepreneurial creativity which are emulated by the prophet Muhammad, namely students are creative honestly, students are creative fairly, tabligh creativity can communicate well, students are also creative in fathonah, and students are creative in marketing strategies. Supporting factors for the formation of students' entrepreneurial creativity through the edupreneurship program are students' interest in the edupreneurship program, support from teachers who facilitate the exploration of ideas,

Good Cooperation Between Students, Variations In Learning Methods, And Support From Students' Parents. Meanwhile, The Inhibiting Factors Are Limited Time And Inadequate Facilities And Infrastructure.

Keywords: edupreneurship, creative, creativity, entrepreneurial practices

1. PENDAHULUAN

Rendahnya ketertarikan berwirausaha di kalangan generasi muda saat ini, turut menjadi penyebab naiknya angka pengangguran di Indonesia. Generasi muda yang sebagian besar hanya tertarik untuk mencari pekerjaan setelah menyelesaikan pendidikannya dan tidak tertarik untuk menciptakan peluang pekerjaan (Dorohungi, Rares, & Kiyai, 2021). Dengan demikian maka, pendidikan *edupreneurship* menjadi penting untuk diterapkan pada berbagai jenjang pendidikan. *Edupreneurship* merupakan upaya solutif dalam mengentaskan pengangguran terdidik dan mengkombinasikan antara pendidikan dan kewirausahaan (Daryanto, 2012: 3-4). *Edupreneurship* juga merupakan terobosan perubahan dalam bidang pendidikan untuk tidak sekedar mengacu pengetahuan saja, tetapi memperhatikan *soft skill* atau keterampilan setelah lulus nanti (Milla, 2013). Program *edupreneurship* disadari begitu penting untuk diberikan kepada masyarakat sedini mungkin dikarenakan kegiatan kewirausahaan adalah tulang punggung perekonomian nasional (Nugraha, Wulandari, Yuningsih, & Setiani, 2022).

Sekolah Menengah Pertama adalah masa di mana siswa perlu diperkenalkan pada berbagai hal baru agar dapat membangun minat dan ketertarikan siswa terhadap sesuatu, karena mereka calon generasi penerus bangsa yang perlu dipersiapkan sehingga mempunyai persaingan yang tinggi dan mampu untuk berdiri sendiri hanya dengan mengandalkan kemampuannya (Hasan, 2020). Siswa Sekolah Menengah Pertama (SMP) jika dipandang dari perspektif psikologi perkembangan masih berada pada masa remaja awal yaitu usia 13-15 tahun. Mereka masih mencari jati diri, gampang terpengaruh dengan lingkungannya, dan memerlukan arahan serta bimbingan dari guru maupun orang tua untuk diarahkan pada masa depan yang diharapkan (Sriyono, 2021: 49). Perlakuan untuk mendidik wirausaha pada masa remaja adalah melalui pelatihan untuk siswa memahami lingkungan kerja sesungguhnya. Oleh sebab itu, *edupreneurship* yang dilakukan di sekolah diharapkan dapat membuat siswa untuk siap terjun ke dalam masyarakat di mana kemelekan terhadap dunia kewirausahaan sangat diperlukan (Kusuma, 2017).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara pendahuluan, didapatkan informasi bahwasannya di SMP Islam Pekalongan sudah menerapkan program *edupreneurship*. Alasan di SMP Islam Pekalongan menerapkan program *edupreneurship* adalah terinspirasi atau meneladani contoh kehidupan Rasulullah yang dari usia 12 tahun sudah mulai berdagang. Siswa SMP masih berada pada usia remaja awal dengan melalui program *edupreneurship* diharapkan mereka dapat menghemat uang karena bisa membuat atau membawa bekal sendiri, berjualan *pre order*, dan merasakan susahny mendapatkan uang. Sasaran dalam program *edupreneurship* di SMP Islam Pekalongan adalah para siswa kelas VII dengan memberikan pembekalan dan sebagai pengenalan para siswa dalam berwirausaha melalui beberapa tahapan. Berdagangnya Rasulullah SAW menjadi teladan dalam berbisnis, menunjukkan bahwa seorang Muslim tidak boleh menjadi malas dalam bekerja memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan demikian, artikel ini bertujuan untuk memberikan gambaran bagaimana penerapan program *edupreneurship* terhadap pembentukan kreativitas berwirausaha islami para siswa di SMP Islam Pekalongan.

2. METODE

Bentuk penelitian dalam artikel ini yaitu penelitian lapangan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif-deskriptif. Penelitian kualitatif-deskriptif adalah penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada (Prayogi, 2023). Metode penelitian kualitatif-deskriptif dipilih dengan maksud untuk mengetahui atau menggambarkan kenyataan dari kejadian yang diteliti, yaitu mengenai pembentukan kreativitas wirausaha melalui kegiatan *edupreneurship* di SMP Islam Pekalongan. Data dalam artikel ini dikumpulkan dengan menggunakan metode observasi dan wawancara serta dokumentasi. Sedangkan untuk teknik penelitian digunakan teknik studi kasus dimana penelitian ini menjadikan tiga orang guru mapel dan empat orang siswa/i di SMP Islam Pekalongan sebagai informan/narasumber. Wawancara dan observasi dilakukan pada medio Februari hingga April 2024.

Data yang didapatkan kemudian diolah secara kualitatif yaitu penelitian yang menafsirkan data secara naratif ke dalam kalimat logis berdasarkan data yang diperoleh serta kondisi-kondisi yang ditemukan dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat simpulan sehingga dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Informasi yang diperoleh pada tahap pengumpulan data akan diolah dan dianalisis dengan tahapan-tahapan yang merujuk pada model interaktif Miles dan Huberman (1992), yaitu *Reduksi data*, *Display data*, dan *Conclusive Drawing/Verification*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

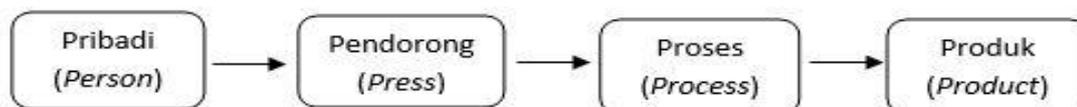
Menciptakan mental berwirausaha dapat dimulai dari keluarga, masyarakat, lembaga pendidikan, dan perguruan tinggi (Setyaningsih & Andayani, 2019). Pada dasarnya, pendidikan dapat dijadikan jembatan penghubung bagi manusia untuk menjalani kehidupan yang lebih baik (Syahrani & Debiyani, 2020). Dalam hal ini, pemerintah berencana untuk melaksanakan pendidikan kewirausahaan pada lembaga pendidikan dan perguruan tinggi untuk menghasilkan para wirausaha muda yang mampu menciptakan peluang usaha agar tidak menambah jumlah pengangguran di Indonesia (Anwar, 2014: 13). Sebagian besar remaja setelah lulus dari jenjang pendidikan hanya tertarik untuk mencari pekerjaan dan kurang tertarik untuk menciptakan peluang pekerjaan sendiri. Oleh karena itu, sasaran utama program pendidikan kewirausahaan adalah para remaja (Iswandari, 2017).

SMP Islam Pekalongan telah menerapkan program pendidikan kewirausahaan (*edupreneurship*) yang merupakan bentuk pelaksanaan dari rencana pemerintah untuk menghasilkan para wirausahawan muda. Sasaran dari program *edupreneurship* yang dilaksanakan SMP Islam Pekalongan adalah para siswa kelas VII yang merupakan para remaja awal yang berusia dari 13-15 tahun. Dengan diadakannya program *edupreneurship*, harapannya setelah para siswa dibekali dengan ilmu dan praktik jual beli secara langsung dapat memunculkan rasa tertarik untuk menjadi wirausahawan setelah lulus dari lembaga pendidikan atau perguruan tinggi nantinya dan dapat mengurangi angka pengangguran yang didasarkan dari pendidikan. Pembelajaran program *edupreneurship* ini dilakukan dengan mengajarkan praktik bisnis secara langsung kepada para siswa, mulai dari tahapan menentukan ide produk yang akan dijual dan sampai dengan pemasaran produk yang telah dibuat. Lebih lanjut, tujuan dari diterapkannya kegiatan program *edupreneurship* di SMP Islam Pekalongan adalah

untuk memperkenalkan konsep dasar berwirausaha dan menumbuhkan kreativitas siswa dalam berwirausaha dengan meneladani Rasulullah.

Adanya program *edupreneurship* yang diterapkan di SMP Islam Pekalongan bertujuan untuk memperkenalkan kepada para siswa yang masih berusia remaja awal ke dalam konsep dasar berwirausaha Islami agar sebagai pembekalan dan menumbuhkan ketertarikan siswa dalam berwirausaha. Hal ini agar para siswa, sebagaimana layaknya Rasulullah yang sudah mulai diajarkan berdagang dari usia muda, sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa mengajarkan atau memperkenalkan konsep dasar berwirausaha dapat diberikan kepada siswa dari sedini mungkin.

Upaya pembentukan kreativitas membutuhkan strategi tertentu serta lingkungan yang mendukung. Terdapat empat pendekatan (atau empat P) yaitu *Person, Press, Process, and Product* yang dijadikan strategi pembentukan kreativitas siswa dan untuk melakukan penelitian dalam bidang kreativitas (Munandar, 2014: 223). Berikut bagan pendekatan 4P yang digunakan dalam pembentukan kreativitas berwirausaha Islami siswa kelas VII melalui program *edupreneurship* di SMP Islam Pekalongan:



atas dapat digambarkan sebagai berikut: pribadi kreatif (*Person*) terbentuk karena mendapatkan dukungan dan dorongan (*Press*). Dukungan atau dorongan, baik dari diri sendiri maupun dari lingkungannya yang diberikan melalui proses (*Process*) pembelajaran program *edupreneurship*, dengan tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan verifikasi. Selanjutnya, setelah tahap proses maka dapat dihasilkan sebuah produk yang kreatif (*Product*) (Munandar, 2014).

a. Pribadi Kreatif (*Person*)

Kreativitas merupakan hasil keunikan pribadi berdasarkan interaksinya dengan lingkungan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, berlangsungnya pembelajaran program *edupreneurship* berkaitan dengan mata pelajaran Bahasa Indonesia, Matematika, serta Ilmu Pengetahuan Sosial yang membutuhkan kreativitas dari para siswa dalam menyelesaikan tahapan program *edupreneurship*, mulai dari menentukan produk yang akan dibuat sampai pada tahap pemasaran produk. Kreativitas para siswa ditunjukkan dengan tidak membeda-bedakan pendapat dari sesama anggota kelompok, yang dapat dilihat dalam menentukan produk yang akan dibuatnya yang berdasarkan dari hasil kesepakatan bersama dengan anggota kelompoknya. Siswa juga terlihat mempunyai kreativitas mampu berkomunikasi dengan baik, yang dapat membuat *powerpoint* yang berisikan prosedur pembuatan produk dan berani mengkomunikasikan melalui presentasi hasil *powerpoint* di hadapan siswa yang lain. Pribadi kreatif jujur dibutuhkan para siswa dalam mencoba membuat produk sendiri dalam jumlah sedikit di rumah sesuai dengan yang telah disepakati oleh masing-masing kelompok.

Kreativitas para siswa berupa cerdas juga dapat dilihat pada saat mereka mampu membuat perencanaan biaya produksi dan menghitung keuntungan. Para siswa berpikir kreatif menentukan strategi pemasaran. Masing-masing kelompok ditugaskan untuk membuat poster melalui aplikasi *Canva* dengan semenarik mungkin yang berisikan nama dan gambar produk, harga jual dan kata-kata yang dapat menarik

konsumen untuk membeli yang nantinya di posting melalui sosial media dengan sistem *pre order*. Setelah membuat poster yang di pasarkan melalui media sosial, maka dalam memasarkan produk melalui acara bazar di lapangan basket menunjukkan bahwa siswa terlihat kreativitas dalam berkomunikasi dengan baik kepada konsumen (Rahardjo & Zamroni, 2019: 133).

Kreativitas dalam dimensi *person* merupakan upaya untuk mendefinisikan kreativitas dengan fokus pada individu atau *person* dari individu yang dapat dikatakan kreatif. Perilaku kreatif muncul dari keunikan individu dalam berinteraksi dengan lingkungan (Nurani, Hartati, & Sihadi, 2020: 50). Dari ungkapan pribadi yang unik inilah dapat diharapkan munculnya ide-ide baru dan produk-produk inovatif. Guru harus mampu menghargai keunikan kreativitas siswanya dan tidak boleh mengharap semua siswa melakukan atau mencapai hal yang sama karena setiap siswa adalah pribadi yang unik dan kreativitas adalah hal yang unik (Sit, et al., 2016: 10-11).

Siswa kelas VII menunjukkan memiliki ciri-ciri kreativitas berwirausaha Islami yang diteladani dari Rasulullah melalui program *edupreneurship*, yaitu siswa berkreaitivitas dengan jujur dalam membuat produknya sendiri dan siswa berkreaitivitas secara adil dalam mengambil keputusan sesuai dengan kesepakatan bersama. Selain itu, siswa berkreaitivitas *tabligh* dapat mengkomunikasikan dengan baik pada saat mempresentasikan di hadapan siswa yang lain, siswa dalam memasarkan produk pada acara bazar dapat berkomunikasi menawarkan produknya dengan baik kepada konsumen, dan siswa mendengarkan masukan atau saran dari guru mengenai produk yang sudah dibuatnya. Siswa juga berkreaitivitas secara cerdas dalam membuat perencanaan biaya produksi dan menentukan keuntungan, serta siswa berkreaitivitas dalam strategi pemasaran yang dilakukan melalui media sosial dengan memposting poster produk.

b. Pendorong (*Press*)

Dalam kegiatan pembelajaran program *edupreneurship*, guru tidak hanya memberikan penjelasan materi saja tetapi juga memberikan dorongan kepada para siswa dengan harapan dapat membantu siswa memunculkan ide-ide kreativitasnya. Ide-ide kreativitas tidak muncul begitu saja, melainkan membutuhkan adanya dorongan, baik itu dorongan dari dalam diri siswa maupun dorongan dari lingkungannya. Dorongan dari dalam diri siswa dapat dilihat dari respon atau antusias siswa dalam mengikuti pembelajaran program *edupreneurship*, dimana siswa yang antusias dan merasa bersemangat maka dapat mempermudah munculnya kreativitas. Sebagian besar siswa menyukai pembelajaran program *edupreneurship* sehingga hal tersebut dapat menjadi salah satu motivasi internal yang mendukung munculnya kreativitas.

Sedangkan, dorongan yang dilakukan guru dalam memunculkan kreativitas para siswa, yaitu dengan cara guru bertanya kepada siswa terkait adakah persoalan yang belum dipahami oleh siswa, guru tidak hanya duduk diam saja tetapi terkadang berjalan memutar masing-masing kelompok untuk memantau pembelajaran berjalan dengan lancar, guru memberikan motivasi dengan menceritakan kisah-kisah inspirasi wirausahawan sukses kepada para siswa, dan guru mengapresiasi hasil karya berupa *power point*, poster, hasil produk yang sudah dibuat para siswa, maupun apresiasi setelah presentasi dengan memberikan tepuk tangan.

Sejalan dengan di atas, untuk mewujudkan kreativitas seseorang diperlukan dorongan, baik dorongan internal dari diri sendiri maupun dorongan eksternal dari lingkungan (Rahardjo & Zamroni, 2019: 137). Setiap individu mempunyai

kecenderungan atau dorongan untuk mewujudkan potensi yang dimilikinya, dan dorongan ini merupakan motivasi primer untuk kreativitas ketika individu membentuk hubungan-hubungan baru dengan lingkungannya dalam upaya menjadi diri sepenuhnya (Prihatin, 2019: 23-24). Lebih lanjut lagi, orang-orang bertalenta pun mestinya harus diberikan lingkungan yang kondusif, apresiasi, dukungan dan lain untuk mendorong guna menciptakan sesuatu (Munandar, 2014: 37). Oleh karena itu, dalam pembentukan kreativitas, guru hendaknya berupaya untuk mendorong dan meningkatkan motivasi siswa (Huda, Fatimah, & Amrulloh, 2022).

Melalui pembelajaran program *edupreneurship*, dorongan dari diri siswa berasal dari motivasi dalam diri siswa sendiri. Selain itu, dalam mewujudkan kreativitas pada diri siswa juga diperlukan dorongan dari lingkungannya yaitu yang diberikan oleh guru pendamping program *edupreneurship*, yaitu berupa dorongan motivasi, bimbingan atau penjelasan materi secara langsung, lingkungan belajar yang kondusif, memberikan apresiasi terkait hasil karya siswa, mengajukan tanya jawab, dan guru berinteraksi dengan siswa tidak hanya diam duduk di kursi saja.

c. Proses (*Process*)

Kreativitas dalam dimensi proses, upaya untuk mendefinisikan kreativitas dengan memusatkan perhatian pada proses berpikir yang memunculkan ide-ide unik dan kreatif. Proses kegiatan kreatif bagi anak merupakan suatu program yang memberikan kesempatan dan tempat untuk mereka mengungkapkan pikiran, gagasan, perasaan, tindakan, dan keterampilannya dalam berbagai penggunaan media dan kegiatan (Rahardjo & Zamroni, 2019: 135-136).

Bagian yang terpenting dalam proses kreativitas adalah memberikan kebebasan pada diri sendiri untuk mengekspresikan diri secara kreatif selama tidak merugikan orang lain dan lingkungan (Jahari & Rusdiana, 2020: 169). Berikut tahapan proses kreativitas siswa melalui pembelajaran program *edupreneurship*:

1). Tahap Perencanaan

Proses kreativitas siswa melalui program *edupreneurship* diawali pada tahap perencanaan. Pada tahap perencanaan, guru perlu mempersiapkan terlebih dahulu berkenaan dengan media pembelajaran, materi yang akan diajarkan, metode pembelajaran, mengecek sarana prasarana yang dibutuhkan, dan menginformasikan lebih awal terkait akan diadakannya program *edupreneurship* kepada para siswa agar pembelajaran berlangsung dengan kondusif.

Pada tahap perencanaan ini, guru memberikan penjelasan awal kepada para siswa berkaitan dengan apa itu program *edupreneurship*, agar siswa mempunyai gambaran atau pemahaman terkait apa yang akan dilakukan nantinya. Guru juga memberikan motivasi kepada para siswa sebelum proses pembelajaran dimulai, dengan menceritakan kisah-kisah inspiratif wirausaha sukses untuk mendukung proses kreatif siswa. Proses kreatif biasanya diawali dengan tahap persiapan yang berkaitan dengan kesiapan diri individu untuk berpikir kreatif melalui pendidikan formal maupun pengalaman belajar lainnya (Sanawiri & Iqbal, 2018: 22).

Tahap perencanaan ini juga mencakup menginformasikan kepada individu tentang berbagai hal, tujuannya adalah untuk mengenalkan individu pada berbagai hal yang baru dan menantang untuk diketahui lebih lanjut (Sule & Saefullah, 2019: 189). Kegiatan persiapan dilaksanakan utamanya untuk menyelenggarakan lingkungan awal pembelajaran yang memberikan dorongan kepada siswa agar dapat menjalankan kegiatan belajar-mengajar dengan baik (Ananda & Abdillah, 2018: 225).

2). Tahap Pelaksanaan

Setelah melalui tahap persiapan, tahap selanjutnya dalam proses kreativitas siswa yaitu tahap pelaksanaan. Pelaksanaan pembelajaran program *edupreneurship* dimulai dari; siswa di bagi menjadi beberapa kelompok dengan dibebaskan untuk menentukan ide produk yang akan dibuat sesuai dengan kesepakatan kelompok. Guru menjelaskan cara menyusun prosedur pembuatan produk dengan menggunakan kalimat yang baik dan setiap kelompok membuat *power point* semenarik mungkin yang berisikan prosedur pembuatan produk yang nantinya dipresentasikan di depan kelas.

Selanjutnya, sebelum setiap kelompok membuat produk dengan jumlah yang banyak maka setiap kelompok ditugaskan untuk membuat produknya di rumah dan dibawa pada pertemuan selanjutnya yang nantinya guru mengecek produk yang sudah dibuat siswa dengan memberikan saran atau masukan yang bersifat mendukung. Setelah guru menjelaskan cara menghitung perencanaan biaya produksi, menentukan harga jual, dan memprediksi keuntungan maka setiap kelompok ditugaskan untuk membuat perencanaan biaya produksi, menentukan harga jual setiap kemasannya, dan memperkirakan keuntungan yang didapatkan. Terakhir, guru memberikan penjelasan cara memasarkan produk, dimana guru mencontohkan secara langsung tahapan cara membuat poster melalui *Canva* yang selanjutnya diterapkan oleh setiap kelompok dengan membuat poster sesuai dengan kreativitas setiap kelompok yang berisikan harga jual, nama produk, foto produk agar dapat menarik pelanggan untuk membeli produk.

Proses penyampaian pesan atau materi yang diarahkan untuk melibatkan interaksi guru dengan siswa secara langsung, dengan mulai mengkonsentrasikan perhatian siswa pada materi pembelajaran. Keterlibatan siswa semacam ini sangat berarti dalam memberikan pengalaman langsung dan menimbulkan gagasan-gagasan baru (Sutikno, 2021: 25). Dalam tahap ini, tahap dimana diterapkannya atau implementasi atas desain perencanaan yang telah dibuat. Dengan cara guru melakukan interaksi belajar mengajar melalui penerapan berbagai strategi, metode dan teknik, serta pemanfaatan seperangkat media. Tahap pelaksanaan sama halnya dengan tahap iluminasi proses kreativitas, yaitu tahap munculnya suatu pemahaman yang dalam dengan mulai timbulnya inspirasi atau gagasan baru beserta proses-proses psikologis yang mengawali dan mengikuti munculnya inspirasi atau gagasan baru tersebut (Rahmat, 2022: 138).

3). Tahap Verifikasi

Tahap verifikasi adalah tahap dimana proses kreatif siswa harus diuji terhadap realitas. Pada tahap verifikasi ini, setiap kelompok mempromosikan produk mereka melalui *online* dengan memposting poster yang sudah mereka buat yang nantinya produk yang terjual harus dicatat. Setiap kelompok juga memasarkan produknya secara *offline* pada saat acara gelar karya dan memberikan pesanan yang sudah dipesan melalui *online*. Proses kreatif para siswa diuji dengan mereka memasarkan produknya secara *online* dan juga memasarkan produk hasil karya yang sudah dibuat dengan menawarkan kepada konsumen secara langsung yang nantinya setelah acara bazar selesai dapat dihitung berapa produk yang setiap kelompok jual serta mendapatkan keuntungan atau kerugian.

Pada tahap verifikasi ini muncul aktivitas evaluasi terhadap gagasan atau kreasi baru secara kritis, yang harus diuji dengan kondisi yang sebenarnya atau realitas yang ada. Evaluasi adalah tahap penting dalam proses kreatif yang membantu mengukur dan mempertimbangkan nilai ide yang telah dihasilkan, dalam hal ini membantu memastikan bahwa ide-ide yang dikembangkan sesuai dengan tujuan awal dan dapat

diimplementasikan secara efektif (Wardana, 2023). Pada tahap ini kita mengalami kebutuhan untuk memverifikasi kesesuaian karya-karya yang dihasilkan dengan kebutuhan klien, yang akan tercapai dengan membangun koneksi antara karya dan klien (Yulia, 2020: 23).

d. Membuat Produk (*Product*)

Bentuk produk dari proses kreativitas para siswa dari berlangsungnya program *edupreneurship* adalah para siswa dapat membuat suatu produk makanan atau minuman dengan kreativitas yang dimilikinya. Produk yang sudah dibuat oleh siswa dipromosikan melalui acara bazar yang diadakan oleh pihak sekolah dengan mengundang segenap beberapa tamu penting dan dapat dihadiri oleh masyarakat dari luar. Acara bazar juga dimeriahkan oleh sejumlah siswa kelas VIII dan siswa kelas IX dengan menampilkan beberapa pentas seni.

Pihak sekolah menyediakan meja atau *stand-stand* yang digunakan para siswa untuk meletakkan produk makanan atau minuman yang sudah dibuat para siswa dan menyediakan karcis sebagai alat pembayaran. Guru pendamping juga ikut memeriahkan acara bazar dengan membeli produk hasil karya siswa dan memberikan apresiasi karena sudah dapat menyelesaikan tahapan pembelajaran program *edupreneurship* dengan baik dan menghasilkan produk yang enak. Produk yang bernilai kreatif menekankan pada keaslian atau memproduksi sesuatu yang bersifat baru, dan sebagai pendidik alangkah baiknya selalu menghargai produk kreatif siswa dan mengkomunikasikannya dengan orang lain untuk menggugah minat anak untuk berkreasi (Huda, Fatimah, & Amrulloh, 2022). Salah satu kondisi yang memungkinkan terciptanya produk kreatif yang bermakna adalah sejauh mana kondisi pribadi dan lingkungan yang keduanya mendorong seseorang terlibat dalam proses kreatif, dengan memiliki bakat dan ciri-ciri pribadi yang kreatif maka produk produk yang bermakna dan kreatif akan muncul dengan sendirinya (Jahari & Rusdiana, 2020).

Karya produk yang dihasilkan siswa dari program *edupreneurship* merupakan sesuatu yang baru dikarenakan mereka berkarya sesuai dengan kreativitas masing-masing dan tentunya setiap kelompok akan menghasilkan karya yang berbeda-beda. Kemampuan dan pengalaman siswa dalam membuat produk merupakan bentuk dari ciri-ciri pribadi kreatif yang dimiliki siswa dan lingkungan yang mendukung. Hasil produk yang sudah dibuat oleh setiap kelompok diapresiasi oleh guru pendamping program *edupreneurship*, dengan guru membeli produk mereka maupun mengapresiasi karena sudah dapat menyelesaikan proses program *edupreneurship* dengan baik dan dapat menghasilkan produk yang enak. Sekolah juga memfasilitasi para siswa dengan mengadakan acara bazar agar diketahui oleh masyarakat luas tentang karya produk yang sudah dihasilkan para siswa, sebagai cara untuk meningkatkan rasa senang karena produknya dapat dinikmati oleh masyarakat luas, dan dapat membangun motivasi siswa agar nantinya tertarik untuk menjadi wirausahawan serta siswa dapat lebih berkekrativitas nantinya.

3.1 Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pembentukan Kreativitas Berwirausaha Islami Siswa Melalui Program *Edupreneurship* di SMP Islam Pekalongan

1. Faktor Pendukung Pembentukan Kreativitas Berwirausaha Islami Siswa Melalui Program *Edupreneurship* di SMP Islam Pekalongan

a. Minat Siswa terhadap Program *Edupreneurship*

Faktor pendukung dalam pembentukan kreativitas berwirausaha Islami siswa kelas VII melalui proses program *edupreneurship* yang paling penting adalah minat

atau ketertarikan dalam diri siswa, karena dengan siswa sudah berminat dan tertarik maka dalam menjalani pembelajaran program *edupreneurship* akan terlaksana dengan baik. Pembentukan kreativitas siswa dapat muncul dari keunikan individu dengan menghasilkan ide-ide baru. Para siswa dalam menjalankan pembelajaran program *edupreneurship*, terlihat antusias dan bersemangat karena guru turut andil dalam memberikan motivasi dan masukan atau saran. Minat merupakan bagian penting dalam suatu kegiatan, sehingga tanpa minat tidak akan ada kegiatan nyata. Minat dapat bersumber dari dalam (intrinsik) diri individu itu sendiri, berdasarkan kemauan sendiri sesuai dengan kebutuhannya sendiri, bukan karena paksaan dari orang lain, dan minat dapat bersumber dari luar diri individu (ekstrinsik) yaitu yang muncul disebabkan oleh pengaruh eksternal (Lestari, 2020: 6-7).

b. Dukungan Guru yang Memfasilitasi Eksplorasi Ide

Para guru pendamping dalam memberikan bimbingan pengajaran program *edupreneurship* kepada para siswa berperan sebagai fasilitator yang memfasilitasi pembentukan kreativitas siswa dengan memberikan penjelasan materi, dorongan dan membebaskan para siswa dalam mengeksplorasi ide sesuai kreativitas yang dimilikinya dari mulai tahap menentukan ide produk yang akan dibuat sampai pada tahap pemasaran produk. Jadi, para siswa pada tahapan pembelajaran program *edupreneurship* dapat menuangkan ide-ide kreativitasnya tanpa dibatasi oleh guru. Guru dapat melakukan beberapa hal untuk meningkatkan kreativitas siswa, yaitu menghargai hasil berpikir kreatif peserta didik, guru menghargai ide dan pertanyaan, dan memberikan kesempatan peserta didik untuk menjelaskan kepada orang lain (Prayogi, et al, 2024).

c. Kerja sama yang Baik Antara Siswa

Pada pembelajaran program *edupreneurship* di kelas, tampak antara siswa dalam satu kelompoknya mempunyai kerja sama yang baik dalam menyelesaikan semua tahapan program *edupreneurship*, tanpa adanya kerja sama yang baik maka tidak dapat menyelesaikannya dengan lancar. Para siswa dapat bekerjasama dengan baik karena mempunyai kemampuan berkomunikasi dan dapat berinteraksi dengan sesama anggota kelompoknya untuk menghasilkan produk atau hasil karya dari kreativitas siswa yang sudah disepakati antara anggota kelompok. Terlebih dalam membuat produk makanan atau minuman yang dilakukan di rumah siswa sesuai dengan kelompoknya, membutuhkan kerja sama yang baik untuk membuatnya. Sesama anggota kelompok saling menegur dan menyemangati apabila terdapat siswa yang tidak bekerja atau tidak ikut andil dalam menyalurkan pemikiran kreativitasnya. Ketika siswa bekerja sama menyelesaikan tugas kelompok, mereka memberikan dorongan, nasihat, dan informasi kepada teman dalam kelompok yang membutuhkan bantuan (Restian, 2017: 367). Artinya ketika bekerja sama, siswa yang lebih paham akan lebih sadar dalam menjelaskan kepada temannya yang kurang paham.

d. Variasi dalam Metode Pembelajaran

Penggunaan metode dalam pembelajaran program *edupreneurship* yaitu bervariasi. Guru pendamping program *edupreneurship* dalam menentukan metode yang digunakan dalam pembelajaran dapat disesuaikan dengan materi yang akan disampaikan. Metode yang digunakan dalam pembelajaran program *edupreneurship*, yaitu metode ceramah, tanya jawab, praktik, dan diskusi kelompok. Dengan menggunakan metode yang bervariasi atau berbeda-beda dapat menunjang siswa dalam pembentukan kreativitasnya karena setiap siswa mempunyai gaya belajar yang berbeda-beda maka dengan menggunakan metode yang bervariasi dapat menjadikan siswa tidak merasa bosan, sehingga siswa mampu menghasilkan gagasan atau ide-ide

keaktivitasnya. Guru juga diharapkan mengatur dan menggunakan metode pembelajaran yang meningkatkan pemahaman siswa terhadap materi pelajaran, seperti kerja kelompok, ceramah, demonstrasi, sesi tanya jawab, dan bermain peran. Kegiatan yang menarik dapat membangkitkan rasa ingin tahu siswa dan menghindari kebosanan (Fitria & Indra, 2020: 38-39).

e. Dukungan Orang Tua Siswa

Berlangsungnya pembelajaran program *edupreneurship*, membutuhkan dukungan atau dorongan dari orang tua para siswa karena orang tua adalah orang yang pertama dan utama yang bertanggung jawab terhadap kelangsungan hidup dan pendidikan anaknya. Dukungan yang diberikan orang tua para siswa dalam program *edupreneurship* terutama pada saat pembuatan produk makanan atau minuman adalah memberikan bantuan berupa uang yang digunakan untuk iuran membeli bahan-bahan produk, bersedia rumahnya digunakan sebagai tempat membuat produk, menyediakan alat-alat yang dibutuhkan dalam membuat produk, membebaskan ide siswa dalam membuat produk dengan tidak membantu membuat produk siswa, dan orang tua siswa sebagian besar turut hadir dalam acara bazar. Dukungan orang tua adalah mengacu pada upaya moril dan materil untuk memotivasi anak agar berpartisipasi dalam kegiatan. Dukungan orang tua meningkatkan pembelajaran anak-anak dan memainkan peran penting dalam keberhasilan terwujudnya kreativitas anak. Jika tidak ada dukungan dari orang tua, bisa jadi anak tidak dapat mengeluarkan ide kreativitasnya menjadi sebuah pencapaian yang nyata karena keterbatasan sarana yang dibutuhkan untuk mengembangkan kreativitasnya (Chatton, 2017: 75).

2. Faktor Penghambat Pembentukan Kreativitas Berwirausaha Islami Siswa Melalui Program *Edupreneurship* di SMP Islam Pekalongan

a. Keterbatasan Waktu

Terbatasnya waktu dapat mempengaruhi hasil pembuatan suatu produk, karena siswa tidak dapat praktik membuat makanan atau minuman secara langsung di sekolah melainkan di rumah. Selain itu, terbatasnya waktu pengajaran juga dapat menghambat terbentuknya kreativitas para siswa, karena tingkat kemampuan pemahaman siswa yang berbeda-beda. Keterbatasan waktu menyebabkan keterbatasan kesempatan para siswa untuk berargumentasi, ketidak tuntas materi diskusi walaupun materi belum selesai, diskusi kerap kali harus diakhiri karena jam pelajaran telah habis. Manajemen waktu bagi seorang guru sangatlah penting karena keberhasilan dalam pengelolaan waktu akan berdampak pada *output* siswa yang dihasilkan. Hal tersebut menjadi kendala di SMP Islam Pekalongan terlebih pembelajaran program *edupreneurship* menekankan pada pembentukan kreativitas dan kemampuan *soft skill* para siswa yang dimana membutuhkan waktu yang lama, khususnya dalam pembuatan produk makanan atau minuman yang dibuat sendiri oleh para siswa di rumah (Fadhli, 2022: 62). Dengan demikian, guru dituntut untuk dapat mengoptimalkan waktu pembelajaran dengan seefektif mungkin.

b. Sarana dan Prasarana yang Kurang Memadai

Dalam pembelajaran program *edupreneurship* diperlukannya sarana dan prasarana, dengan adanya sarana dan prasarana akan membantu, melancarkan, dan mempermudah dalam proses pembelajaran. Kendala yang dihadapi SMP Islam Pekalongan yaitu tidak adanya tempat atau ruangan yang dapat digunakan sebagai praktik para siswa dalam membuat produk dan tidak adanya alat-alat yang dapat digunakan untuk pembuatan produk. Sehingga, para siswa dalam membuat produknya dilakukan di rumah dan para siswa yang mempunyai ide kreatif untuk membuat

makanan atau minuman yang membutuhkan alat elektronik, akhirnya tidak jadi untuk memilih membuat produk tersebut karena keterbatasan alat yang dimiliki oleh para siswa. Pemanfaatan sarana dan prasarana dalam kegiatan pembelajaran bertujuan untuk menjamin kelancaran dan efektivitas proses pembelajaran sehingga tujuan pembelajaran dapat tercapai (Inreawan, 2015: 11). Kurangnya sarana dan prasarana menjadi kendala di SMP Islam Pekalongan khususnya tempat atau ruang praktik pembuatan produk secara langsung yang dilakukan siswa dan alat-alat yang diperlukan dalam pembuatan produk yang kurang memadai. Dengan begitu guru tidak dapat menyaksikan atau memantau para siswa dalam proses pembuatan produk secara langsung, karena para siswa membuat produknya di rumah.

4. KESIMPULAN

Dalam artikel ini dapat ditarik beberapa kesimpulan antara lain pertama, penerapan program *edupreneurship* di SMP Islam Pekalongan dilakukan dengan melalui *business center* yaitu mengajarkan kegiatan praktik bisnis yang dilakukan siswa secara langsung, mulai dari menentukan ide produk yang akan dijual, penyusunan prosedur pembuatan produk, percobaan awal pembuatan produk, merencanakan biaya produksi, menetapkan harga jual, memprediksi keuntungan, pemasaran produk melalui media sosial dengan pembuatan poster, pembuatan produk untuk dipasarkan pada acara bazar, dan memasarkan produk pada acara bazar. Guru pendamping program *edupreneurship* juga menggunakan strategi dan metode yang tepat dalam pembentukan kreativitas siswa. Pemilihan strategi dan metode ini, guru menyesuaikan antar materi dan kondisi dari siswa.

Kedua, langkah-langkah pembentukan kreativitas berwirausaha Islami melalui program *edupreneurship* pada siswa kelas VII SMP Islam Pekalongan dilakukan melalui 4 pendekatan atau strategi, yaitu Pribadi Kreatif (*Person*), Pendorong (*Press*), Proses (*Process*) dan Produk (*Product*). Hasil dari pembentukan kreativitas berwirausaha Islami melalui program *edupreneurship* pada siswa kelas VII SMP Islam Pekalongan adalah para siswa mempunyai ciri-ciri kreativitas berwirausaha Islami yang diteladani dari Rasulullah, yaitu siswa berkreativitas dengan jujur, siswa berkreativitas secara adil dalam mengambil keputusan sesuai dengan kesepakatan bersama, berkreativitas tabligh dapat mengkomunikasikan dengan baik pada saat mempresentasikan di hadapan siswa yang lain, siswa dalam memasarkan produk pada acara bazar dapat berkomunikasi menawarkan produknya dengan baik kepada konsumen, siswa mendengarkan saran dari guru mengenai produk yang sudah dibuatnya, siswa juga berkreativitas secara fathonah atau cerdas, dan siswa berkreativitas dalam strategi pemasaran.

Ketiga, yang menjadi faktor pendukung dalam pembentukan kreativitas berwirausaha Islami siswa melalui program *edupreneurship* di SMP Islam Pekalongan antara lain tingginya minat siswa terhadap program *edupreneurship*, adanya dukungan guru yang memfasilitasi eksplorasi ide, adanya kerja sama yang baik antar siswa, serta adanya variasi dalam metode pembelajaran, dan adanya dukungan orang tua. Di sisi lain, yang menjadi faktor penghambat dalam pembentukan kreativitas berwirausaha

Islami siswa melalui program *edupreneurship* di SMP Islam Pekalongan antara lain adanya keterbatasan waktu serta sarana dan prasarana yang kurang memadai.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, R., & Abdillah. (2018). *Pembelajaran Terpadu: Karakteristik, Landasan, Fungsi, Prinsip dan Model*. Medan: LPPPI.
- Anwar, M. (2014). *Pengantar Kewirausahaan: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Kencana.
- Chatton, A. N. (2017). *Strategi Membentuk Mental Entrepreneur Pada Anak*. Yogyakarta: Laksana.
- Daryanto. (2012). *Pendidikan Kewirausahaan*. Yogyakarta: Gava Media.
- DOROHUNGI, W., RARES, J., & KIYAI, B. (2021). Pemberdayaan Generasi Muda Di Desa Kakara B Kecamatan Tobelo Selatan Kabupaten Halmahera Utara (Studi Kasus Pada Generasi Muda). *Jurnal Administrasi Publik*, 7(112), 200-211.
- Fadhli, R. (2022). *Metode RAFLI di Masa Pandemi: Strategi Layanan Pendidikan Ideal dan Praktis*. Bandung: PT. Indonesia Emas Group.
- Fitri, S. D., Selfiyana, S., Rakhmatika, I., Afifah, N., Handiawan, M. D., & Prayogi, A. (2024). Penggunaan Media Pembelajaran Digital Dalam Meningkatkan Keterampilan Literasi Peserta Didik Di MA Pembangunan Jakarta. *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(6), 1931-1940.
- Fitria, Y., & Indra, W. (2020). *Pengembangan Model Pembelajaran PBL Berbasis Digital untuk Meningkatkan Karakter Peduli Lingkungan dan Literasi Sains*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Hasan, H. A. (2020). Pendidikan Kewirausahaan: Konsep, Karakteristik Dan Implikasi Dalam Memandirikan Generasi Muda. *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 11(1), 99-111.
- Huda, N., Fatimah, S., & Amrulloh, A. Y. (2022). Strategi 4p (Person, Press, Process, Product) Dalam Mengembangkan Kreativitas Pembelajaran Kaligrafi Peserta Didik Di Madrasah Ibtidaiyah Sultan Agung Depok Sleman. *Tifani : Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 9-16.
- Inreawan, I. (2015). *Pengantar Manajemen Sarana dan Prasarana Sekolah*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Iswandari, A. (2017). Pengaruh Motivasi Intrinsik, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Kepribadian Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Smkn 12 Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 1(2), 152-162.
- Jahari, J., & Rusdiana. (2020). *Kepemimpinan Pendidikan Islam*. Bandung: Yayasan Darul Hikam.
- Karimah, I., Lestari, S. T., Romadloni, N., Rifki, M. B., Roda, A. A., Alfarah, N. N., ... & Prayogi, A. (2024). Penggunaan Media Pembelajaran Digital dalam Meningkatkan Mutu Pembelajaran di Madrasah Aliyah Pembangunan UIN Jakarta. *Malewa: Journal of Multidisciplinary Educational Research*, 2(01), 29-34.
- Kusuma, A. I. (2017). Strategi Manajemen Sekolah Dasar Dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan. *Jurnal JPSD*, 4(2), 77-86.
- Lestari, E. T. (2020). *Cara Praktis Meningkatkan Motivasi Siswa Sekolah Dasar*. Sleman: CV. Budi Utama.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Qualitative Data Analysis*. (T. R. Rohindi, Trans.) Jakarta: Universitas Indonesia Press.

- Milla, H. (2013). Pendidikan Kewirausahaan: Sebuah Alternatif Mengurangi Pengangguran Terdidik Dan Pencegahan Korupsi. *Jurnal Al-Ta'lim*, 20(3), 465-471.
- Munandar, U. (2014). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nugraha, D., Wulandari, M. A., Yuningsih, E., & Setiani, N. (2022). Pembentukan Karakter Peserta Didik melalui Program Kewirausahaan di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6754-6762.
- Nurani, Y., Hartati, S., & Sihadi. (2020). *Memacu Kreativitas Melalui Bermain: Pembelajaran Anak Usia Dini*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Prayogi, A. (2023). Implementasi Metode Story Telling Dalam Penanaman Nilai-Nilai Keteladanan Bagi Peserta Didik Di SD Negeri 13 Kebondalem Pemalang. *Educatia: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*, 13(2), 239-258.
- Prayogi, A., Asirah, K., Thohirin, T., & Septiani, N. (2024). Sosialisasi Peran Literasi Perpustakaan dalam Bentuk Library Tour bagi Siswa Sekolah Menengah Atas di Pekalongan. *Kifah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 21-28.
- Prihatin, B. (2019). *Kreativitas dan Inovasi di Tempat Kerja*. Jakarta: Grafindo.
- Rahardjo, S., & Zamroni, E. (2019). *Teori dan Praktik Pemahaman Individu Teknik Testing*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Rahmat. (2022). *Inovasi Pembelajaran PAI Reorientasi Teori Aplikatif Implementatif*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Restian, A. (2017). *Jejak-jejak Permainan Tradisional Indonesia Untuk Pembelajaran Kesenian di SD/MI*. Malang: UMM Press.
- Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). *Kewirausahaan*. Malang: UB Press.
- Sari, N. H. M., Prayogi, A., & Sari, F. L. (2024). Perceptions of Tutoring Students in Pekalongan on Interest in Continuing Higher Education at State Islamic Religious Universities: What and How. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 16(2).
- Sefiyani, R., Prayogi, A., & Sari, N. H. M. (2024). Penguatan Berpikir Kritis Santri Melalui Bahtsul Mas'ail. *KAMALIYAH: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(1), 145-153.
- Setyaningsih, R., & Andayani, S. W. (2019). Kontribusi Motivasi dan Sikap Mandiri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa PKK FKIP UST. *Wacana Akademika: Majalah Ilmiah Kependidikan*, 3(2), 165-172.
- Sit, M., Khadijah, Nasution, F., Wahyuni, S., Rohani, Nurhayani, . . . Lubis, h. Z. (2016). *Pengembangan Kreativitas Anak Usia Dini: Teori dan Praktik*. Medan: Perdana Publishing.
- Sriyono, H. (2021). *Bimbingan dan Konseling Belajar Bagi Siswa di Sekolah*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sule, E. T., & Saefullah, K. (2019). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sutikno, M. S. (2021). *Strategi Pembelajaran*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Syahrani, & Debiyani, R. (2020). Peran Gender dalam Niat Berwirausaha" (Bali: Jurnal Bisnis & Kewirausahaan, No. 3, November, XVI, 2020). *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 16(3), 237-242.
- Wardana, M. A. (2023). *Kreativitas Desain Inovasi*. Bandung: CV. Intelektual Manifes Media.
- Yulia, E. (2020). *Suatu Pengantar Metode & Riset Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.