

Pengabdian Melalui Edupreneur Wisata Sejarah: Menjaga Warisan, Menggerakkan Ekonomi Lokal

Yudi Mulyadi¹, Khaeruddin^{2*}, Syarifah Balkis³, Ulul Azmi Mustari⁴

^{1,2} Universitas Negeri Makassar

Corresponding Email: khaeruddinfis@gmail.com

Submitted : 25-05-2025 ; Accepted: 14-06-2025 ; Published: 29-07-2025

Abstrak

Artikel ini membahas konsep edupreneurship sebagai pendekatan inovatif dalam mengembangkan wisata berbasis sejarah. Edupreneurship, yang merupakan perpaduan antara pendidikan dan kewirausahaan, menawarkan peluang besar dalam menjadikan situs-situs sejarah tidak hanya sebagai objek wisata, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran yang interaktif dan bernilai ekonomi. Dalam konteks ini, mahasiswa dapat bekerja sama menciptakan produk atau layanan edukatif yang menarik, seperti penjualan produk sejarah dan wisata, talkshow, pembuatan souvenir edukatif, hingga konten digital yang mengangkat nilai-nilai sejarah lokal. Selain mendukung pelestarian warisan budaya, pendekatan ini juga membuka lapangan kerja dan memberdayakan masyarakat sekitar. Artikel ini menyoroti pentingnya kolaborasi antara komunitas lokal, institusi pendidikan, dan pelaku usaha dalam membangun ekosistem edupreneurship yang berkelanjutan. Studi kasus dan data pendukung menunjukkan bahwa integrasi nilai sejarah dengan inovasi bisnis mampu meningkatkan minat generasi muda terhadap sejarah sekaligus memperkuat identitas budaya lokal. Dengan demikian, edupreneurship wisata sejarah menjadi strategi potensial untuk menghubungkan nilai edukasi, ekonomi kreatif, dan pelestarian budaya dalam satu kerangka pembangunan yang berkelanjutan.

Kata Kunci : *Edupreneur; Sejarah; Pameran*

Abstract

This article discusses the concept of edupreneurship as an innovative approach to developing history-based tourism. Edupreneurship, which is a combination of education and entrepreneurship, offers great opportunities to make historical sites not only as tourist attractions, but also as interactive and economically valuable learning media. In this context, students can work together to create interesting educational products or services, such as selling historical and tourism products, talk shows, making educational souvenirs, and digital content that highlights local historical values. In addition to supporting the preservation of cultural heritage, this approach also opens up employment opportunities and empowers the surrounding community. This article highlights the importance of collaboration between local communities, educational institutions, and business actors in building a sustainable edupreneurship ecosystem. Case studies and supporting data show that the integration of historical values with business innovation can increase the interest of the younger generation in history while strengthening local cultural identity. Thus, historical tourism edupreneurship is a potential strategy to connect educational values, creative economy, and cultural preservation in a sustainable development framework.

Keywords : *Edupreneur; History; Exhibition*

PENDAHULUAN

Dunia pendidikan dan ekonomi kreatif yang semakin berkembang saat ini membutuhkan inovasi yang dapat menangani tantangan di seluruh dunia, terutama dengan mengoptimalkan potensi lokal. Edupreneurship—perpaduan antara pendidikan dan kewirausahaan—adalah salah satu pendekatan yang mulai mendapat perhatian besar. Konsep ini tidak hanya mendorong pembuatan barang dan jasa yang didasarkan pada pengetahuan, tetapi juga membuka peluang bisnis yang dapat memengaruhi kesejahteraan masyarakat (Alawiah et al., 2024). Sebaliknya, Indonesia, yang memiliki warisan budaya dan sejarah yang kaya, memiliki banyak situs dan tradisi lokal yang dapat digunakan sebagai objek wisata edukatif. Namun, potensi ini belum sepenuhnya dimanfaatkan. Namun, wisata sejarah dapat dikemas menjadi lebih menarik, interaktif, dan menguntungkan tanpa mengabaikan edukasi dan pelestarian (Prastiwi & Meirinawati, 2016). Pendekatan ini juga berperan penting dalam menumbuhkan kecintaan generasi muda terhadap sejarah serta mendorong mereka untuk menjadi pelaku usaha kreatif berbasis budaya. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk mengkaji peran edupreneurship dalam pengembangan wisata sejarah, serta menggali peluang dan tantangan yang dihadapi dalam penerapannya di berbagai daerah di Indonesia.

Perkembangan dunia pendidikan dan ekonomi kreatif saat ini menuntut adanya inovasi yang mampu menjawab tantangan global, terutama dalam mengoptimalkan potensi lokal. Salah satu pendekatan yang mulai banyak mendapat perhatian adalah edupreneurship, yakni perpaduan antara pendidikan dan kewirausahaan (Pajarianto et al., 2019). Konsep ini tidak hanya mendorong terciptanya produk dan layanan berbasis pengetahuan, tetapi juga membuka peluang usaha yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat (Utami et al., 2024). Di sisi lain, Indonesia sebagai negara yang kaya akan warisan budaya dan sejarah memiliki banyak situs serta tradisi lokal yang potensial dikembangkan sebagai objek wisata edukatif. Namun, potensi ini belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal. Padahal, melalui pendekatan edupreneurship, wisata sejarah dapat dikemas lebih menarik, interaktif, dan bernilai ekonomis, tanpa mengabaikan aspek edukasi dan pelestarian (Prastiwi & Meirinawati, 2016).

Pendekatan ini juga berperan penting dalam menumbuhkan kecintaan generasi muda terhadap sejarah serta mendorong mereka untuk menjadi pelaku usaha kreatif berbasis budaya. Di tengah tantangan digitalisasi dan pergeseran minat generasi muda terhadap budaya lokal, edupreneurship menjadi jembatan yang menghubungkan nilai-nilai sejarah dengan pendekatan pembelajaran modern dan peluang bisnis inovatif (Pramudita et al., 2025). Lebih lanjut, edupreneurship dalam konteks wisata sejarah dapat melibatkan berbagai aktor, seperti komunitas lokal, pelajar, akademisi, pelaku usaha, dan pemerintah daerah dalam sebuah kolaborasi yang saling menguntungkan (Alawiah et al., 2024). Program edukasi berbasis wisata, seperti tur sejarah digital, museum interaktif, pengembangan cendera mata tematik, dan pelatihan kewirausahaan berbasis budaya, menjadi contoh nyata bagaimana sejarah tidak hanya dipelajari tetapi juga dihidupkan kembali dalam kehidupan sehari-hari (Prastiwi & Meirinawati, 2016). Artikel ini bertujuan untuk mengkaji potensi dan implementasi edupreneurship dalam pengembangan wisata sejarah di Indonesia. Dengan mengangkat contoh-contoh praktik baik serta tantangan yang dihadapi, diharapkan artikel ini dapat memberikan kontribusi dalam mendorong inovasi berbasis budaya yang berkelanjutan dan memberdayakan masyarakat secara luas.

Edupreneurship merupakan bentuk kewirausahaan yang berfokus pada pengembangan dan penyebaran pengetahuan serta nilai-nilai pendidikan melalui pendekatan bisnis kreatif. Konsep ini tidak hanya mendorong terciptanya produk dan layanan berbasis pengetahuan, tetapi juga membuka peluang usaha yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat dan penguatan karakter bangsa (Thayyibi & Subiyantoro, 2022). Di sisi lain, Indonesia sebagai negara yang kaya akan warisan budaya dan sejarah memiliki banyak situs serta tradisi lokal yang potensial dikembangkan sebagai objek wisata edukatif (Zakaria et al., 2022). Terdapat lebih dari 17.000 cagar budaya dan situs sejarah yang tersebar di seluruh Indonesia, namun hanya sebagian kecil yang telah dimanfaatkan secara optimal sebagai destinasi wisata edukatif (Agung, 2016). Padahal, melalui pendekatan edupreneurship, wisata sejarah dapat dikemas lebih menarik, interaktif, dan bernilai ekonomis tanpa mengabaikan aspek edukasi dan pelestarian.

Pengembangan wisata edukatif berbasis sejarah dapat memberikan dua manfaat utama: pertama, sebagai media pembelajaran kontekstual yang memperkuat pemahaman sejarah dan identitas budaya; kedua, sebagai sumber ekonomi baru bagi masyarakat lokal melalui penciptaan produk kreatif, jasa pemanduan wisata, dan pelibatan UMKM berbasis budaya (Purnamasari et al., 2022). Dengan kata lain, edupreneurship menjadi jembatan antara pelestarian nilai sejarah dengan pertumbuhan ekonomi berbasis kearifan lokal. Pendekatan ini juga berperan penting dalam menumbuhkan kecintaan generasi muda terhadap sejarah serta mendorong mereka untuk menjadi pelaku usaha kreatif berbasis budaya (Ningtiyas & Alvianna, 2021). Di tengah tantangan digitalisasi dan pergeseran minat generasi muda terhadap budaya lokal, edupreneurship menghadirkan model pembelajaran dan usaha yang lebih relevan dan aplikatif. Penggunaan teknologi digital, media interaktif, hingga konten multimedia berbasis sejarah menjadi bagian dari strategi untuk menarik minat generasi digital (digital natives) (Ningtiyas & Alvianna, 2021). Lebih lanjut, pengembangan edupreneurship dalam konteks wisata sejarah memerlukan kolaborasi antara pemerintah daerah, institusi pendidikan, komunitas lokal, dan pelaku industri kreatif (Alawiah et al., 2024). Program edukasi berbasis wisata, seperti tur sejarah digital, museum interaktif, produksi cendera mata tematik, pelatihan keterampilan tradisional, dan digitalisasi arsip sejarah menjadi langkah konkret yang dapat dilakukan untuk mendorong sinergi tersebut (Prastiwi & Meirinawati, 2016). Dengan demikian, artikel ini bertujuan untuk mengkaji potensi dan implementasi edupreneurship dalam pengembangan wisata sejarah di Indonesia. Dengan mengangkat contoh-contoh praktik baik serta tantangan yang dihadapi, diharapkan artikel ini dapat memberikan kontribusi dalam mendorong inovasi berbasis budaya yang berkelanjutan dan memberdayakan masyarakat secara luas.

METODOLOGI PENGABDIAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini menggabungkan unsur pelatihan dan pendampingan. Sebelum pameran dilaksanakan, mahasiswa mendapatkan pelatihan internal terkait konsep dasar edupreneurship, keterampilan produksi dan pengemasan produk, serta strategi komunikasi pemasaran. Kegiatan ini juga memiliki dimensi penyadaran, dimana mahasiswa sebagai pelaksana mengajak pengunjung untuk mengenal dan mengapresiasi sejarah lokal melalui pendekatan yang kreatif dan menyenangkan (Rochmah et al., 2025). Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menjadi sarana untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada

mahasiswa, namun juga menjadi wahana edukasi masyarakat dalam rangka pelestarian nilai-nilai sejarah lokal.

Jenis pengabdian yang digunakan dalam kegiatan ini mengacu pada pendekatan Participatory Action Research (PAR), yaitu pendekatan yang menekankan pada keterlibatan aktif pelaksana kegiatan dan partisipasi masyarakat sebagai mitra. Peserta kegiatan terdiri dari mahasiswa Program Studi Pendidikan Sejarah yang berperan sebagai pelaksana sekaligus kreator produk sejarah, dengan jumlah peserta aktif sebanyak 69 orang. Sedangkan sasaran kegiatan adalah masyarakat umum, guru, siswa, dan civitas akademika. Adapun waktu pelaksanaan dilaksanakan selama satu hari penuh pada hari Selasa, 6 Mei 2025.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep edupreneurship berkembang sebagai jawaban atas kebutuhan akan sistem pendidikan yang lebih kontekstual, aplikatif, dan adaptif terhadap perubahan zaman. Dalam konteks wisata sejarah, edupreneurship tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian pengetahuan sejarah, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang berbasis pada nilai-nilai lokal. Pendekatan ini dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pendidikan informal dan membangun kemandirian ekonomi melalui kegiatan berbasis budaya dan sejarah (Agung, 2016). Kegiatan edupreneurial dalam wisata sejarah meliputi berbagai bentuk, seperti menyelenggarakan wisata edukasi, melatih pemandu wisata lokal, membuat cinderamata berdasarkan cerita sejarah, dan mengembangkan media pembelajaran berbasis digital (seperti aplikasi, video dokumenter, dan virtual reality) (Arta et al., 2023). Semua itu dapat dikelola oleh masyarakat lokal, mahasiswa atau wirausahawan muda, sehingga tercipta ekosistem edukasi yang produktif dan berkelanjutan.

Pelaksanaan kegiatan edupreneur melalui pameran berbasis sejarah lokal dapat menjadi solusi inovatif dalam mengatasi kurangnya pemahaman siswa dalam mengemas konten sejarah menjadi produk edukasi yang bernilai. Kegiatan pameran ini dilaksanakan pada tanggal 6 Mei 2025 dengan melibatkan 69 orang mahasiswa sebagai pelaksana dan pengunjung yang terdiri dari siswa, guru, mahasiswa lintas prodi, dan masyarakat umum. Mahasiswa Program Studi Pendidikan Sejarah Universitas Negeri Makassar yang terlibat sebagai pelaksana dalam kegiatan ini telah berhasil mengubah materi sejarah lokal menjadi berbagai bentuk produk kreatif, seperti jajanan tradisional, replika kapal pinisi, kartu domino aksara lontara, dan beberapa produk yang dipoles dengan motif sejarah lokal seperti kaos, celengan, topi, gelas, buku tulis, dan tumbler. Produk-produk tersebut tidak hanya menarik secara visual namun juga

mengandung nilai edukasi yang tinggi dan dapat diterima dengan baik oleh para pengunjung pameran.



Gambar 1. Beberapa Produk yang Dipamerkan

Beberapa produk yang ditawarkan oleh mahasiswa Prodi Pendidikan Sejarah memiliki desain yang minimalis dan berkarakter dan juga dengan tambahan unsur sejarah sebagai desain yang mencirikan bahwa produk yang dibuat tidak hanya dinilai dalam bentuk model saja namun juga dengan mempertimbangkan unsur sejarah yang diimplementasikan kedalam produk yang telah dibuat, kemampuan yang dikembangkan oleh mahasiswa Prodi Pendidikan Sejarah ini dapat melatih mahasiswa dalam mengembangkan serta membangun kemampuan baik dalam bernalar, berfikir kritis, kreatifitas, dan inovasi. Tidak hanya sekedar membuat sebuah produk tetapi bagaimana mereka mampu memasarkan dan juga membuat produk yang telah dirancang memiliki nilai jual serta fungsi bagi masyarakat, adanya ketertarikan dari masyarakat yang cenderung menyukai hal-hal yang inovatif dan kreatif. Dalam pelaksanaan pameran sebagai wadah edupreneur yang tidak hanya mencitrakan tentang penjualan dan desain dari produk yang akan dibuat, tetapi bagaimana mahasiswa mampu menganalisa dan menentukan tantangan dan peluang yang juga muncul dan hal ini sejalan dengan historisnya pameran sebagai ranah awal yang harus ditempuh oleh mahasiswa untuk mencari solusi dan peluang dari tantangan dan permasalahan yang dihadapi (Arma & Iswatiningsih, 2025).

Beberapa produk yang telah dikembangkan oleh mahasiswa tidak dibuat atas dasar pemikiran pribadi melainkan bagaimana kerja kelompok yang terdiri dari beberapa orang melakukan brainstorming dan juga diskusi untuk membahas keberlanjutan dari produk yang dibuat serta bagaimana merancang dan memasarkannya. Beberapa produk yang dihasilkan seperti pada tabel di atas dirancang dan kemudian didetailkan dalam bentuk proposal dari masing-masing kelompok dengan menentukan nama produk yang akan dibuat, bahan apa saja yang dibutuhkan untuk membuat produk tersebut, berapa biaya yang dibutuhkan, bagaimana desainnya dan siapa target pemasaran produk tersebut.



Gambar 2. Talkshow Enterepenur pada Penyelenggaraan Pameran

Untuk meningkatkan kapasitas penyelenggaraan pameran yang lebih spesifik dalam penguatan aspek kewirausahaan berbasis edupreneurship kepada mahasiswa, maka dihadirkan pula kegiatan Talkshow entrepreneur dengan menghadirkan pemateri yang ahli dibidangnya, talkshow dimaksudkan untuk memberikan pengenalan sekaligus motivasi kepada mahasiswa bahwa ruang lingkup pendidikan tidak lagi monoton pada aspek teoritis namun bagaimana mahasiswa mampu keluar dari zona nyaman dan mengimplementasikan seluruh kapasitas teoritis yang sudah didapatkan melalui praktik, salah satunya tercermin melalui pameran sejarah yang diselenggarakan. Talkshow yang diselenggarakan pada pameran mahasiswa prodi pendidikan sejarah ini menghadirkan Bapak Dr. Aris Baharuddin, S.Pd., M.Pd sebagai tamu undangan sekaligus pemateri dalam kegiatan pameran mahasiswa prodi pendidikan sejarah, beliau sendiri merupakan seorang wirausahawan dengan beberapa jenis usaha seperti Café Mini dan juga PT Arista Amanah, beliau juga berprofesi sebagai dosen di jurusan administrasi bisnis fakultas ilmu sosial & hukum universitas negeri makassar. Talkshow yang diselenggarakan tidak hanya menghadirkan pembicara utama tetapi juga mahasiswa yang juga fokus pada pengembangan kapasitas kewirausahaan dalam hal ini Fahriadi dan Indriani Haryono sebagai motivator yang turut memberikan dukungan sekaligus penguatan kapasitas kewirausahaan kepada mahasiswa Prodi Pendidikan Sejarah.

KESIMPULAN

Pameran sejarah sebagai wadah implementasi edupreneurship bagi mahasiswa Program Studi Pendidikan Sejarah Universitas Negeri Makassar menunjukkan hasil yang signifikan dalam mengembangkan potensi mahasiswa tidak hanya pada aspek akademik, tetapi juga pada ranah kewirausahaan. Kegiatan ini membuktikan bahwa pembelajaran sejarah dapat dimodifikasi dan dikolaborasikan dengan pendekatan kewirausahaan untuk menciptakan produk kreatif yang bernilai edukatif dan ekonomis. Melalui pelatihan, pendampingan, dan praktik langsung dalam mendesain dan memasarkan produk berbasis sejarah lokal, mahasiswa tidak hanya mampu mengaktualisasikan ide-ide inovatif, tetapi juga mendapatkan pengalaman nyata dalam dunia bisnis. Keterlibatan mahasiswa dalam mendesain produk, seperti makanan tradisional, cinderamata bersejarah, dan permainan edukatif, menjadi bukti bahwa materi sejarah dapat dikemas dengan cara yang menarik dan relevan dengan kebutuhan pasar. Proses kolaborasi dalam kelompok, curah pendapat, penyusunan proposal, dan penentuan target pasar

menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pelaksana, tetapi juga sebagai perancang dan pemikir strategis. Hal ini menjadi modal penting dalam membentuk karakter wirausahawan yang tangguh, visioner, dan adaptif terhadap dinamika zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. A. G. (2016). Pengembangan Model Wisata Edukasi-Ekonomi Berbasis Industri Kreatif Berwawasan Kearifan Lokal Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 585–597. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v4i2.6380>
- Alawiah, E., Sianturi, R., Anisa, I. S., Rachmani, N. N., & Elsakira, L. (2024). *EDUPRENEURSHIP 5.0: KULINER TASIKMALAYA UNTUK GENERASI DIGITAL*. 1(6), 64–75.
- Arma, O. P., & Iswatiningsih, D. (2025). *ANALISIS PEMBELAJARAN BERBASIS KONSEP EDUPRENEURSHIP*. 4(5), 595–614.
- Arta, A., Faizal, M. A., Asiyah, B. N., & Mashudi. (2023). The Role of Edupreneurship in Gen Z in Shaping Independent and Creative Young Generation. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(2), 231–241. <https://doi.org/10.31949/maro.v6i2.5673>
- Ningtiyas, E. A., & Alvianna, S. (2021). Analisis Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary terhadap Minat Berkunjung Wisatawan melalui Loyalitas Wisatawan sebagai Variabel Mediasi. *Media Wisata*, 19(1), 83–96. <https://doi.org/10.36276/mws.v19i1.69>
- Pajarianto, H., Adigoena, A. M., Ukkas, I., & Pribadi, I. (2019). Program Pengembangan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 3(1), 104. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v3i1.1211>
- Pramudita, R. A., A. A. S., Nurharyanto, T., Abduh, H., Nugroho, A. S., & Rahmawati, I. D. (2025). *Peran Edupreneurship Berbasis Teknologi Digital pada UMKM Terhadap Keberlanjutan Usaha*. 7(3), 1972–1980.
- Prastiwi, S., & Meirinawati, D. (2016). Manajemen Strategi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro Dalm Mengembangkan Potensi Objek Wisata Edukasi Little Teksas Wonocolo. *Publika*, 4(11).
- Purnamasari, I., Widodo, S., Handayani, P. M., & Hadi, P. (2022). *EDUPRENEURSHIP BERWAWASAN INDUSTRI DAN PARIWISATA DALAM MENDUKUNG TATA SOSIAL MASYARAKAT MARJINAL*. 12.
- Rochmah, L. M., Maisyaroh, & Rochmawati. (2025). *Strategi dan Tantangan Implementasi Edupreneurship di Sekolah Menengah Kejuruan : Kajian Literatur Sistematis*. 5(4), 1075–1089.
- Thayyibi, M. I., & Subiyantoro, S. (2022). Konsep Edupreneurship Dan Urgensinya Bagi Lulusan Perguruan Tinggi. *Jurnal Eduscience*, 9(1), 77–91. <https://doi.org/10.36987/jes.v9i1.2538>
- Utami, N. F. P., Rohmatika, R. D., & Prastyaningtyas, E. W. (2024). *Analisis Peran Edupreneurship Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri*.
- Zakaria, Z., Ganefri, G., & Yulastri, A. (2022). Pengembangan Jiwa Edupreneurship Siswa Melalui Kepemimpinan Yang Demokratis Di Sekolah. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 944–955. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i2.132>