KAMPUS AKADEMIK PUBLISING
Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa (JIPM)
Vol.5, No.1 Februari 2027
e-ISSN: 3025-5465, p-ISSN : 3025-7964, Hal 111-119
DOI : https://doi.org/10.61722/jipm.v5i1.3364

PEMANFAATAN TIKTOK SEBAGAI MEDIA PEMASARAN BAHAN AJAR DIGITAL DALAM PERSPEKTIF EDUPRENEURSHIP

Fatimatuz Zahro[1], Chyntia Nuraeni[2], Naila Uzaah[3], Irnaini Akna[4], Ferida Rahmawati[5]
[12345] UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
*Penulis Korespondensi: fatimatuz.zahro24037@mhs.uingusdur.ac.id[1], chyntia.nuraeni24039@mhs.uingusdur.ac.id[2], naila.uzaah24122@mhs.uingusdur.ac.id[3], irnaini.akna24156@mhs.uingusdur.ac.id[4], ferida.rahmawati@uingusdur.ac.id[5]

Abstract. *The development of digital technology provides opportunities for teachers to develop digital teaching materials and market them through social media. One platform that can be utilized is TikTok because it has a short video format that can attract attention and reach various groups. This research aims to explain the concept of edupreneurship in the development of digital teaching materials, describe the use of TikTok as a marketing medium, and identify opportunities and challenges for its application in the education sector. This research uses a qualitative approach with a document study method through literature review. Data was obtained from journal articles and books relevant to the topics of edupreneurship, development of digital teaching materials, and marketing via TikTok. Data is analyzed by reviewing, comparing, and synthesizing findings from various sources based on discussion themes. The results of the study show that the development of digital teaching materials, such as e-books, LKPD, teaching modules and interactive learning media, can be a form of implementing edupreneurship by teachers. TikTok can be used as a marketing medium through creative video content that displays products, explains their benefits, and shows their use in learning. Utilization of this platform provides opportunities to expand promotional reach and create economic value for teachers. However, its implementation also faces challenges in the form of limited digital skills, online market competition, consistent content creation and time management. Thus, TikTok has the potential to become a marketing medium for digital teaching materials that supports the application of edupreneurship in the digital era.*

Keywords: *Edupreneurship, TikTok, Digital Teaching Materials, Digital Marketing, Teachers*

Abstrak. Perkembangan teknologi digital memberikan peluang bagi guru untuk mengembangkan bahan ajar digital sekaligus memasarkannya melalui media sosial. Salah satu platform yang dapat dimanfaatkan adalah TikTok karena memiliki format video singkat yang mampu menarik perhatian dan menjangkau berbagai kalangan. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan konsep edupreneurship dalam pengembangan bahan ajar digital, mendeskripsikan pemanfaatan TikTok sebagai media pemasaran, serta mengidentifikasi peluang dan tantangan penerapannya dalam bidang pendidikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi dokumen melalui kajian literatur. Data diperoleh dari artikel jurnal dan buku yang relevan dengan topik edupreneurship, pengembangan bahan ajar digital, dan pemasaran melalui TikTok. Data dianalisis dengan menelaah, membandingkan, dan menyintesis temuan dari berbagai sumber berdasarkan tema pembahasan. Hasil kajian menunjukkan bahwa pengembangan bahan ajar digital, seperti e-book, LKPD, modul ajar, dan media pembelajaran interaktif, dapat menjadi salah satu bentuk penerapan edupreneurship oleh guru. TikTok dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran melalui konten video kreatif yang menampilkan produk, menjelaskan manfaat, dan memperlihatkan penggunaannya dalam pembelajaran. Pemanfaatan platform ini memberikan peluang untuk memperluas jangkauan promosi dan menciptakan nilai ekonomi bagi guru. Namun, penerapannya juga menghadapi tantangan berupa keterbatasan keterampilan digital, persaingan pasar daring, konsistensi pembuatan konten, dan pengelolaan waktu. Dengan demikian, TikTok berpotensi menjadi media pemasaran bahan ajar digital yang mendukung penerapan edupreneurship di era digital.

Kata kunci: Edupreneurship, TikTok, Bahan Ajar Digital, Pemasaran Digital, Guru

Naskah Masuk: 01 November 2026; Revisi: 02 November 2026; Diterima: 03 November2026; Terbit: 17 November 2026

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital mengubah cara guru merancang dan menyajikan pembelajaran, sebelumnya bahan ajar banyak berbentuk cetak kini berkembang menjadi bentuk elektronik dan interaktif seperti e-book, LKPD, modul, dan presentasi digital. Perubahan ini menuntut guru memiliki kemampuan teknologi yang memadai. Menurut Kustandi & Ibrahim (2021) guru sekolah dasar membutuhkan pendampingan untuk dapat membuat bahan ajar elektronik, dan kemampuan mereka meningkat setelah pendampingan dilakukan. Sejalan dengan itu, menurut Sukma et al. (2025) mengembangkan bahan ajar berbantu Canva untuk pembelajaran IPAS kelas IV, yang menunjukkan bahwa guru telah mulai memanfaatkan platform digital untuk membuat bahan ajar digital secara sendiri.

Kemampuan membuat bahan ajar digital tersebut membuka peluang edupreneurship. Menurut Afifandasari & Subiyantoro (2022) Edupreneurship merupakan penerapan prinsip kewirausahaan di bidang pendidikan, yang menekankan kreativitas dan inovasi untuk menghasilkan manfaat sekaligus nilai ekonomi. Dalam konteks guru, Khotimah & Rusli (2025) menggunakan istilah teacherpreneur untuk menggambarkan guru yang mengembangkan inovasi pembelajaran bernilai manfaat dan ekonomi. Dengan demikian, bahan ajar digital yang dirancang guru tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu mengajar, tetapi juga dapat dikemas sebagai produk untuk dipasarkan kepada pendidik lain yang membutuhkan bahan ajar yang cepat dan praktis.

Agar bahan ajar digital tersebut dikenal banyak orang, guru memerlukan media promosi yang mampu menjangkau banyak calon pembeli, salah satunya adalah aplikasi TikTok. Tiktok menjadi salah satu pilihan aplikasi promosi karena menjangkau semua kalangan dengan format video singkatnya mudah menarik perhatian. Menurut Permana et al. (2025) TikTok dapat digunakan untuk menarik perhatian konsumen Generasi Z pada brand fashion melalui konten video yang mengikuti tren, dengan strategi yang serupa dapat diterapkan untuk memperlihatkan contoh e-book, LKPD, atau modul ajar digital, sehingga calon pembeli dapat langsung memahami manfaat produk yang di akan di pasarkan.

Meski demikian, pemasaran digital tidak selalu berjalan mudah. Menurut Susanto et al. (2024) menemukan bahwa pemasaran digital memberikan peluang berupa perluasan

pasar dan efisiensi biaya promosi, tetapi pelaku usaha tetap menghadapi kendala berupa keterbatasan keterampilan digital, infrastruktur, dan persaingan di pasar daring. Bagi guru, tantangan tersebut menjadi lebih kompleks karena guru juga harus membagi waktu antara tugas mengajar dan pembuatan konten, menjaga konsistensi unggahan, serta memastikan bahwa produk yang dipasarkan memiliki kualitas pedagogis. Kajian yang secara khusus membahas peluang dan tantangan guru dalam memasarkan bahan ajar digital melalui TikTok masih terbatas, sehingga kajian ini penting dilakukan.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini bertujuan untuk: (1) menjelaskan konsep edupreneurship dalam pengembangan bahan ajar digital di bidang pendidikan; (2) mendeskripsikan pemanfaatan TikTok sebagai media pemasaran bahan ajar digital; dan (3) mengidentifikasi peluang dan tantangan penerapan edupreneurship melalui pemasaran bahan ajar digital di TikTok.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik studi dokumen melalui kajian literatur (*literature review*). Data diperoleh dari artikel jurnal dan buku yang membahas edupreneurship, pengembangan bahan ajar digital, dan pemanfaatan TikTok untuk pemasaran. Penelitian ini tidak melibatkan responden atau pengamatan lapangan, melainkan menelaah, membandingkan, dan mensintesis temuan dari sumber tertulis untuk menjawab tujuan penelitian.

Pencarian sumber dilakukan melalui Google Scholar, buku dan portal jurnal, dengan kata kunci edupreneurship, teacherpreneur, bahan ajar digital, LKPD, e-modul, TikTok, dan pemasaran digital. Sumber dipilih berdasarkan kriteria berikut:

1. Artikel jurnal atau buku yang memiliki identitas penerbitan jelas, yaitu penulis, judul, nama jurnal atau penerbit, tahun, serta DOI atau tautan akses.
2. Membahas edupreneurship atau teacherpreneur, pengembangan bahan ajar digital oleh guru, atau pemanfaatan TikTok untuk memasarkan produk.
3. Dapat diakses secara daring dalam bentuk teks lengkap atau abstrak.

Setiap sumber terpilih dibaca dan dianalisis untuk mengidentifikasi tujuan penelitian, konteks, bentuk produk, metode, serta temuan utama. Temuan tersebut kemudian dikelompokkan ke dalam lima tema sesuai sistematika pembahasan, yaitu

konsep edupreneurship, pengembangan bahan ajar digital, pemanfaatan TikTok sebagai media promosi, peluang, dan tantangan pemasaran. Pada tahap berikutnya, temuan dari berbagai sumber dibandingkan untuk melihat persamaan, perbedaan, dan kesenjangan di antara hasil penelitian tersebut. Keterbatasan kajian turut dicatat, misalnya karena sebagian sumber membahas produk di luar bidang pendidikan, seperti fashion dan UMKM.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Istilah edupreneurship merupakan gabungan dari dua kata, yaitu *education* dan *entrepreneurship*. Secara umum, edupreneurship dapat dipahami sebagai penerapan prinsip-prinsip kewirausahaan dalam bidang Pendidikan (Abdurrachman et al., 2026). Konsep ini tidak hanya berkaitan dengan kegiatan menghasilkan keuntungan, tetapi juga menekankan pentingnya kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan berbagai kegiatan Pendidikan. Dalam penerapannya, edupreneurship bertujuan untuk menciptakan inovasi, meningkatkan kualitas pembelajaran, serta menghasilkan solusi terhadap berbagai permasalahan yang muncul dalam dunia pendidikan. Hal ini menunjukkan bahwa prinsip kewirausahaan dapat diterapkan tidak hanya dalam bidang bisnis, tetapi juga dalam kegiatan pendidikan melalui pengembangan ide dan produk yang memberikan manfaat (Abdurrachman et al., 2026).

Salah satu bentuk penerapan kreativitas dan inovasi dalam bidang pendidikan dapat dilihat melalui pengembangan bahan ajar digital. Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan terhadap penggunaan bahan ajar dalam proses pembelajaran. Bahan ajar yang sebelumnya lebih banyak disajikan dalam bentuk cetak kini mulai dikembangkan dalam bentuk elektronik dan interaktif (Kustandi & Ibrahim, 2021). Perubahan tersebut juga menuntut guru untuk memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital, terutama dalam merancang dan mengembangkan bahan ajar yang sesuai dengan kebutuhan peserta didik.

Kemampuan guru dalam mengembangkan bahan ajar digital juga perlu didukung dengan penguasaan teknologi. Hal ini sejalan dengan penelitian (Kustandi & Ibrahim, 2021) yang membahas kegiatan pendampingan pembuatan bahan ajar elektronik bagi guru sekolah dasar. Hasil kegiatan tersebut menunjukkan adanya peningkatan nilai rata-rata pengetahuan guru dari 55,7 pada pre-test menjadi 78,5 pada post-test. Kegiatan

pendampingan ini juga memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada guru dalam merancang, mengembangkan, memanfaatkan, serta mengevaluasi bahan ajar elektronik. Temuan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan keterampilan digital dapat membantu guru menghasilkan bahan ajar yang lebih menarik dan interaktif untuk mendukung proses pembelajaran.

Selain kemampuan guru dalam membuat bahan ajar elektronik, pengembangan produk pembelajaran digital juga dapat memberikan manfaat bagi peserta didik. Hal tersebut sejalan dengan penelitian (Sukma et al., 2025) yang mengembangkan bahan ajar digital berupa media pembelajaran interaktif pada mata pelajaran IPAS kelas IV. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk yang dikembangkan memperoleh penilaian kelayakan yang sangat baik dari ahli materi, ahli desain, guru, maupun hasil uji coba lapangan. Selain itu, penggunaan bahan ajar interaktif tersebut juga menunjukkan adanya peningkatan hasil belajar peserta didik. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa bahan ajar digital dapat menjadi salah satu bentuk inovasi pembelajaran yang memberikan manfaat bagi guru maupun peserta didik.

Dengan demikian, bahan ajar digital memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut, tidak hanya sebagai sarana pendukung pembelajaran, tetapi juga sebagai produk pendidikan yang memiliki nilai ekonomi. Guru dapat memanfaatkan keterampilan dan kreativitasnya dalam merancang berbagai bahan ajar digital, seperti media pembelajaran interaktif, LKPD, modul, dan presentasi pembelajaran. Produk tersebut dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pembelajaran sekaligus memiliki peluang untuk dipasarkan kepada masyarakat, khususnya pendidik yang membutuhkan bahan ajar praktis dan inovatif. Hal ini sejalan dengan kajian (Khotimah & Rusli, 2025) yang menjelaskan bahwa inovasi pembelajaran dapat dikembangkan menjadi produk digital edukatif yang memiliki nilai komersial. Kajian tersebut juga menekankan pentingnya peran guru sebagai *teacherpreneur*, yaitu guru yang tidak hanya menjalankan kegiatan pembelajaran, tetapi juga mampu mengembangkan inovasi pendidikan yang memiliki nilai manfaat dan nilai ekonomi. Dengan demikian, pengembangan bahan ajar digital dapat menjadi salah satu bentuk penerapan edupreneurship oleh guru.

Pemanfaatan TikTok sebagai media pemasaran bahan ajar digital dapat menjadi salah satu bentuk penerapan edupreneurship di era digital. Hal ini terlihat dalam penelitian

(Nisa et al., 2025) yang membahas strategi pemasaran seorang guru dalam mempromosikan produk edukasi digital melalui TikTok. Produk yang dipasarkan meliputi e-book, worksheet anak, dan modul ajar digital. Dalam penelitian tersebut, TikTok dimanfaatkan sebagai media utama untuk memperkenalkan produk melalui video edukasi yang dibuat secara konsisten. Strategi pemasaran yang dilakukan meliputi pembuatan konten yang menarik, konsistensi dalam mengunggah video, serta pengaturan waktu unggahan agar dapat menjangkau lebih banyak audiens. Selain itu, penggunaan platform Lynk.id yang dihubungkan melalui akun TikTok membantu calon pembeli melihat daftar produk dan informasi harga, sehingga memudahkan proses transaksi.

Dalam penerapannya, strategi pemasaran bahan ajar digital melalui TikTok dapat dilakukan dengan membuat konten yang memperlihatkan contoh produk secara langsung. Misalnya, guru dapat membuat video singkat yang menampilkan tampilan e-book, contoh isi LKPD, atau bagian dari modul ajar digital yang telah dibuat. Selain itu, guru juga dapat membuat konten edukasi yang menunjukkan cara menggunakan bahan ajar tersebut dalam kegiatan pembelajaran. Melalui konten tersebut, calon pembeli tidak hanya memperoleh informasi mengenai produk, tetapi juga dapat mengetahui manfaat dan kegunaannya. Dengan demikian, konten TikTok dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk memperkenalkan produk sekaligus menarik minat calon pembeli.

Pemanfaatan TikTok sebagai media promosi juga memiliki peluang sekaligus tantangan bagi seorang edupreneur. Penelitian (Nisa et al., 2025) menunjukkan bahwa konten yang dibuat secara konsisten dapat membantu meningkatkan jangkauan promosi produk digital. Namun, dalam pelaksanaannya, seorang edupreneur juga perlu memperhatikan manajemen waktu, penyusunan ide konten, dan pemilihan waktu unggahan yang tepat. Pembahasan mengenai peluang dan tantangan pemasaran digital juga ditemukan dalam penelitian (Susanto et al., 2024) yang membahas pemasaran produk UMKM berbasis digital. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemasaran digital memberikan peluang untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi biaya promosi. Meskipun demikian, pelaksanaannya masih menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan keterampilan digital, infrastruktur yang belum memadai, serta persaingan di pasar online. Walaupun penelitian tersebut membahas produk UMKM, hasilnya dapat memberikan gambaran mengenai peluang dan tantangan

yang juga perlu diperhatikan guru ketika memasarkan produk bahan ajar digital melalui media sosial.

Gambaran mengenai strategi pemasaran melalui TikTok juga ditemukan dalam penelitian (Permana et al., 2025) pada brand fashion Arkline. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa TikTok dapat dimanfaatkan untuk menarik perhatian audiens melalui konten video yang mengikuti tren, penggunaan fitur TikTok Live, dan kolaborasi dengan influencer. Strategi tersebut mampu meningkatkan kesadaran terhadap produk, membangun interaksi dengan audiens, serta mendorong keputusan pembelian. Selain itu, fitur TikTok Shop memudahkan konsumen melakukan transaksi secara langsung melalui aplikasi. Meskipun penelitian ini membahas produk fashion, hasilnya dapat memberikan gambaran bahwa penggunaan konten kreatif dan fitur-fitur TikTok dapat mendukung kegiatan pemasaran berbagai jenis produk, termasuk produk Pendidikan.

Berdasarkan berbagai penelitian tersebut, TikTok dapat dimanfaatkan bukan hanya sebagai media untuk menyampaikan informasi dan konten edukasi, tetapi juga sebagai sarana memperkenalkan serta memasarkan produk bahan ajar digital. Guru yang memiliki kemampuan dalam mengembangkan bahan ajar dapat memanfaatkan konten edukasi sebagai cara untuk menunjukkan manfaat dan isi produk kepada calon pembeli. Pemanfaatan TikTok juga memberikan peluang bagi guru untuk memperluas jangkauan promosi, meskipun tetap membutuhkan keterampilan digital, kreativitas, dan pengelolaan waktu yang baik. Dengan demikian, pengembangan dan pemasaran bahan ajar digital melalui TikTok dapat menjadi salah satu bentuk penerapan edupreneurship yang menggabungkan inovasi pembelajaran dengan peluang ekonomi bagi guru.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kajian literatur, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan TikTok sebagai media pemasaran bahan ajar digital merupakan salah satu bentuk penerapan edupreneurship dalam bidang pendidikan. Guru tidak hanya berperan sebagai pendidik, tetapi juga dapat mengembangkan kreativitas dan keterampilannya dalam menghasilkan produk pendidikan yang memiliki nilai manfaat sekaligus nilai ekonomi. Bahan ajar digital, seperti e-book, LKPD, modul ajar, dan media pembelajaran interaktif, berpotensi dikembangkan menjadi produk yang dapat dipasarkan kepada pendidik maupun masyarakat yang membutuhkan.

TikTok dapat dimanfaatkan sebagai media promosi melalui pembuatan video singkat yang menarik, menampilkan contoh produk, menjelaskan manfaat, serta memperlihatkan cara penggunaan bahan ajar digital dalam pembelajaran. Konsistensi dalam mengunggah konten, kreativitas, dan pemanfaatan fitur TikTok dapat membantu memperluas jangkauan pemasaran serta menarik minat calon pembeli. Meskipun demikian, penerapannya masih menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan keterampilan digital, persaingan di media sosial, pengelolaan waktu, dan kebutuhan untuk menjaga kualitas produk yang dipasarkan. Oleh karena itu, guru perlu mengembangkan kemampuan digital dan strategi pemasaran yang tepat agar pemanfaatan TikTok dapat berjalan secara optimal. Dengan demikian, pemasaran bahan ajar digital melalui TikTok berpotensi menjadi peluang edupreneurship yang mengintegrasikan inovasi pembelajaran dengan pengembangan nilai ekonomi bagi guru.

DAFTAR REFERENSI

Abdurrachman, O., Shifani, Judijanto, L., Mutoharoh, Hariyono, Suharto, Forijati, Basir, M. K., Hidayati, U., Widayanti, T., & Putra, H. R. F. (2026). *Edupreneur Menumbuhkan Jiwa Wirausaha di Dunia Pendidikan*. Penerbit Buku Sonpedia.

Afifandasari, T., & Subiyantoro. (2022). Pengembangan Jiwa Edupreneurship Melalui Kepemimpinan yang Demokratis di Lembaga Pendidikan. *Jurnal Eduscience (JES)*, *9*. https://doi.org/10.36987/jes.v9i1.2638

Khotimah, H., & Rusli. (2025b). Visual Representational Scaffolding Model (VRSM) Sebagai Inovasi Edupreneurship: Penguatan Peran Guru Sebagai Teacherpreneur Dalam Ekosistem Pendidikan Digital. *Jurnal Edueco*, *8*, 474. https://doi.org/10.36277/edueco.v8i2.334

Kustandi, C., & Ibrahim, N. (2021a). Pendampingan Pembuatan Bahan Ajar Elektronik bagi Guru di Sekolah Dasar untuk Meningkatkan Literasi Digital. *Jurnal Karya Abadi*, *5*(3). https://doi.org/10.22437/jkam.v5i3.16233

Nisa, A., Awalia, F., Khusna, M., Haliza, N., & Fitriyani. (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.

Permana, E., Nury, N., Oktavia, S., & Firdaus, R. Z. (2025). Pemanfaatan Tiktok sebagai Media Pemasaran Brand Fashion Arkline untuk Menarik Konsumen Gen Z. *Anggaran : Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, *3*(2), 350–364. https://doi.org/10.61132/anggaran.v3i2.1472

Sukma, P. M., Sari, R. K., & Syabrina, M. (2025a). Pengembangan Bahan Ajar Berbantu Website Canva pada Mata Pelajaran IPAS Kelas IV di MI Miftahul Huda 2. *Al-*

Madrasah Jurnal Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah, *9*(3), 1488. https://doi.org/10.35931/am.v9i3.4616

Susanto, B. F., Muchlis, Maulana, R., Fauzan, M., & Widyawati. (2024a). Strategi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Digital di Kabupaten Indragiri Hilir: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Analisis Manajemen*, *10*(1), 2598–7364. https://doi.org/10.32520/jam.v10i1.3584