

Analisis Kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKM-K) Board Game Monopoli “Jelajah Nusantara”

RAIHAN SYARIF DAN ATIKA DIAN ARIANA

Fakultas Psikologi Universitas Airlangga

ABSTRAK

Bermain berperan penting dalam perkembangan kognitif, sosial, dan emosional anak. Anak usia 7–11 tahun berada pada tahap operasi konkret menurut Piaget, yang membutuhkan stimulasi melalui permainan edukatif. Teori *Multiple Intelligences* Gardner menekankan pentingnya pengembangan kecerdasan yang beragam. Namun, permainan edukatif yang ada umumnya mahal dan minim unsur budaya lokal. “Jelajah Nusantara” hadir sebagai solusi permainan berbasis budaya Indonesia yang terjangkau dan mampu mengembangkan kecerdasan jamak anak, sekaligus mendukung tujuan SDG4 tentang pendidikan yang inklusif dan berkualitas. Metode yang digunakan adalah deskriptif naratif, dengan tujuan utama untuk menggambarkan pelaksanaan kegiatan PKM-K “Jelajah Nusantara” berdasarkan data seperti catatan kegiatan, laporan pelaksanaan, serta dokumentasi internal yang dikumpulkan selama program berlangsung. Kegiatan ini dilaksanakan melalui lima tahap: Perencanaan produk, persiapan produksi, produksi, promosi dan pemasaran, dan evaluasi. Selama lima bulan program, tim berhasil memproduksi 60 unit produk dengan biaya produksi sebesar Rp141.545,00 dan menjual 57 unit dengan harga Rp200.000,00 per unit. Produk telah teruji kualitasnya melalui penggunaan rutin selama dua tahun. Strategi pemasaran difokuskan pada *personal selling* dan pemanfaatan media sosial Instagram dengan konten edukatif, interaktif, dan penjualan. Program ini menghasilkan omzet Rp3.331.935,00 dan mencapai proyeksi *break even point* pada penjualan 15 unit.

Kata kunci: Bermain, Monopoli, Multi Intelegensi, Permainan Edukatif

ABSTRACT

Playing is an essential role in children's cognitive, social, and emotional development. Children aged 7–11 are in the concrete operational stage according to Piaget, requiring stimulation through educational games. Gardner's Theory of Multiple Intelligences emphasizes the importance of developing various types of intelligence. However, most educational games are expensive and lack local cultural elements. Jelajah Nusantara emerges as an affordable Indonesian culture-based game designed to develop children's multiple intelligences while supporting SDG4 on inclusive and quality education. This study uses a descriptive narrative method, aiming to portray the implementation of the Jelajah Nusantara Student Entrepreneurship Program (PKM-K) based on records, reports, and internal documentation collected throughout the program. Activities were carried out in five stages: product planning, production preparation, production, promotion and marketing, and evaluation. Over five months, our team successfully produced 60 units at a cost of Rp141,545.00 per unit and sold 57 units at Rp200,000.00 each. The product has been quality-tested through regular use for over two years. Marketing strategies focused on personal selling and the use of Instagram through educational, interactive, and sales-driven content. The program generated Rp3,331,935.00 in revenue and reached its break-even point at 15 units sold.

Keywords: Playing, Monopoly, Multi Intelligences, Educational Game

PENDAHULUAN

Bermain merupakan kegiatan yang penting dilakukan oleh anak. Aktivitas bermain membantu anak belajar mengenal aturan, bersosialisasi, menempatkan diri, menata emosi, toleransi, kerja sama, dan menjunjung tinggi sportivitas (Mulyasa, 2014). Untuk pengembangan diri secara optimal, permainan anak harus disesuaikan dengan kebutuhan dan umurnya. Terdapat banyak teori yang merincikan

kebutuhan ini, salah satunya teori kognitif Piaget. Kognitif adalah kemampuan anak untuk berpikir kompleks dalam penalaran dan pemecahan masalah (Farozin & Kurniawan, 2019). Menurut teori kognitif piaget, tahap perkembangan anak terdiri dari: 1) Tahap sensori (0-2 tahun), tahap anak membangun pemahaman tentang dunia melalui koordinasi pengalaman sensor dengan tindakan fisik; 2) tahap pra operasional (2-7 tahun), tahap peningkatan pemikiran simbolis; 3) tahap operasi konkrit (7-11 tahun), tahap anak berpikir secara logis mengenai peristiwa-peristiwa konkrit dan mengklasifikasikan benda ke dalam bentuk yang berbeda. 4) tahap operasi formal (11 tahun-dewasa), fase remaja. Dari ketiga tahap di atas, salah satu tahap yang memegang peran penting dalam perkembangan anak adalah tahap operasi konkrit (Mifroh, 2020). Hal ini dikarenakan pada tahap itu kemampuan kognitif anak sudah matang dan akan menentukan kemampuannya di tahap operasi formal. Maka dari itu, kebutuhan akan permainan yang merangsang perkembangan bahasa, kognitif, fisik motorik, sosial emosional, moral agama dan juga seni pada tahap ini sangat penting (Elfiadi, 2016).

Multiple intelligences merupakan teori Edward gardner yang melihat anak sebagai pribadi unik yang mampu berkembang dengan jenis kecerdasan beragam dan sederajat (Musfiroh & Teoretis, 2014). Adapun, kesembilan komponen dari *multiple intelligences*: 1) Intelegensi linguistik (mengolah kata-kata); 2) Intelegensi Matematis-logis (penggunaan bilangan, logika, nalar, dan pola sebab-akibat); 3) Intelegensi Ruang (menangkap dunia ruang dengan visual dan mengenal bentuk benda secara tepat); 4) Intelegensi kinestetik (tubuh dan gerak tubuh untuk mengekspresikan diri); 5) Intelegensi Musikal (mengembangkan, mengekspresikan, dan menikmati musik); 6) Intelegensi Interpersonal (mengerti dan peka terhadap perasaan, intensi, motivasi, watak orang lain); 7) Intelegensi Intrapersonal (pengetahuan tentang diri sendiri, beradaptasi, serta merefleksikan diri); 8) Intelegensi Lingkungan (menikmati serta mengenal lingkungan alam dengan baik); 9) Intelegensi Eksistensial (kepekaan dan kemampuan seseorang untuk menjawab persoalan eksistensi). Permainan yang memiliki tujuan mengembangkan *multiple intelligences* ini berguna untuk mengoptimalkan berbagai kecerdasan dan kreativitas anak (Andrianie dkk, 2019). Manfaat yang berlimpah ini menjadikan permainan ini perlu dimiliki semua anak.

Namun, permainan jenis ini kebanyakan merupakan permainan modern yang memiliki harga cukup mahal dengan kisaran harga Rp200.000,00-Rp700.000,00 dan permainan tersebut merupakan permainan modern yang jauh dari kearifan lokal Indonesia. Padahal, permainan tradisional merupakan media yang dapat mempengaruhi psikomotor, perkembangan kognitif, dan emosional anak secara keseluruhan (Kovačević & Opić, 2014).

Melihat fenomena dan potensi ini, muncul gagasan berupa produk Jelajah Nusantara, yaitu permainan *multiple intelligences* berbasis budaya nusantara untuk meningkatkan perkembangan anak usia 7-11 tahun. Permainan ini menyediakan berbagai jenis permainan yang dapat membantu anak untuk mengoptimalkan perkembangan kognisi sekaligus melestarikan budaya Indonesia. Selain itu, permainan ini juga menawarkan harga yang relatif lebih murah berkisar di antara Rp100.000,00-Rp200.000,00. Hal ini menjadi bukti bahwa model inovasi ini secara langsung mendukung tercapainya *Sustainable Development Goals*, khususnya SDG4 terkait *quality education* melalui *inclusive education*, *development aid*, *early childhood education*, dan *affordable education*. Harapannya, produk ini dapat memberikan akses secara merata terhadap permainan berkualitas berbasis budaya yang dapat mengoptimalkan perkembangan anak Indonesia.

METODE

Penulisan artikel ini menggunakan pendekatan deskriptif naratif, dengan tujuan utama untuk menggambarkan pelaksanaan kegiatan PKM-K "Jelajah Nusantara" berdasarkan pengalaman langsung tim pelaksana. Data diperoleh dari catatan kegiatan, laporan pelaksanaan, serta dokumentasi internal yang dikumpulkan selama program berlangsung.

Gambaran Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan Program Kreativitas Mahasiswa - Kewirausahaan (PKM-K) Jelajah Nusantara dilakukan melalui beberapa tahap :

1. Perencanaan Produk

Pada tahapan ini, Tim PKM-K Jelajah Nusantara merancang produk yang akan diproduksi dalam program PKM-K. Beberapa kegiatan yang terlaksana dalam tahap ini adalah *brainstorming* ide produk, yang dikaitkan juga dengan budaya-budaya lokal, lalu survei pasar untuk menentukan tujuan pasar dari produk, lalu penentuan rancangan produk (permainan) dan terakhir perencanaan strategi produksi dan pemasaran. Tahapan ini dilakukan pada saat bersamaan dengan pembuatan proposal PKM-K.

2. Persiapan Produksi

Setelah mendapatkan pendanaan pada program PKM-K ini, maka tim kami akan melaksanakan persiapan produksi agar tahap produksi dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Beberapa kegiatan yang terlaksana pada tahap ini adalah pengadaan bahan baku serta survei terakhir untuk revisi produk, penyusunan *timeline* produksi, pembagian tugas produksi antar anggota, serta membuat *prototype* yang kedua untuk memastikan bahwa produk telah siap diproduksi secara massal.

3. Produksi

Pembuatan produk dilakukan sesuai dengan rencana yang dibuat pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini juga akan ditentukan target jumlah produksi setiap minggunya, berdasarkan kemampuan produksi masing-masing anggota pada pekan produksi pertama. Proses produksi dilaksanakan di lokasi yang telah disepakati oleh tim dan pada akhir proses produksi setiap produk, akan ada satu anggota sebagai penanggung jawab memastikan kualitas dari masing-masing produk yang telah diproduksi.

4. Promosi dan Pemasaran

Pada tahap ini, tim menjalankan strategi promosi dan pemasaran secara *hybrid*, yaitu *online* dan *offline*, dengan pendekatan komunikasi pemasaran terpadu. Secara *online*, promosi dilakukan melalui media sosial dan platform *e-commerce*. Tim juga memanfaatkan strategi seperti *public relation* dan interaksi langsung melalui konten digital. Secara *offline*, promosi dilakukan melalui kerja sama dengan mitra, seperti toko retail (dengan sistem konsinyasi). Selain itu, dilakukan juga pendekatan langsung ke lembaga pendidikan dan anak melalui metode *direct marketing* dan *direct selling*.

5. Evaluasi

Pada akhir program, akan dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap kegiatan yang mencakup analisis hasil penjualan, pengembangan produk lebih lanjut, efektivitas promosi, dan pembelajaran yang didapat oleh masing-masing anggota tim melalui diskusi reflektif.

HASIL PENELITIAN

Tahapan Pelaksanaan

1. Tahapan Perencanaan Produk.

Rancangan awal produk berupa *board game* dengan dasaran Monopoli. Dasaran permainan tersebut dipilih karena sudah cukup dikenal oleh masyarakat dan secara tata aturan atau alur permainan menjadi tantangan tambahan bagi pemain untuk membantu mengasah intelegensi mereka. Beberapa aspek yang dimodifikasi dari permainan Monopoli pada umumnya adalah pada aspek cara bermain, sehingga terdapat integrasi dengan tantangan-tantangan yang dirancang khusus untuk mendukung perkembangan *Multiple Intelligences* pada anak-anak berumur 7 tahun keatas. Pemain tidak hanya dimaksudkan untuk menguasai atau memiliki aset pada permainan ini, namun menyelesaikan tantangan yang ada pada setiap petaknya juga menjadi aspek penting yang menjadi nilai utama dari permainan Jelajah Nusantara. Selain itu, terdapat modifikasi yang dilakukan untuk mengintegrasikan nilai-nilai budaya Indonesia, seperti menjadikan Candi Borobudur, Rumah Honai Papua, dan Lawang Sewu Semarang sebagai petak-petak yang menjadi aset pada permainan monopoli. Selain petak-petak yang dimodifikasi, pada aspek tantangan juga melibatkan nilai budaya, seperti tantangan untuk menari Tari Saman.

Kegiatan yang dilakukan selanjutnya adalah survei pasar, permainan ini ditujukan untuk lembaga pendidikan dan anak, dan juga orang tua dengan anak-anak usia 7-11 tahun. Karakteristik masyarakat yang dituju adalah masyarakat dengan penghasilan yang menengah, karena produk permainan ini akan dijual dengan rentang harga Rp150.000,00-Rp200.000,00. Selanjutnya dalam perancangan produk, *board game* ini dibuat dengan bahan papan karton agar tidak mudah berbekas saat dilipat dan bahan ini dipilih dengan harapan agar produk dapat bertahan lama ketika digunakan berulang kali. Selain itu, permainan ini juga dilengkapi dengan buku panduan untuk membantu pemain maupun orang tua anak-anak agar dapat memainkan Jelajah Nusantara dengan baik. Adapun Jelajah Nusantara dikemas dengan *slide box* yang didesain secara *eye catching* serta dilapisi dengan plastik untuk menjaga keamanan produk.

2. Tahapan Persiapan Produksi

Rancangan alur produksi permainan Jelajah Nusantara menjadi fokus utama pada tahap ini. Beberapa hal lain yang tercakup adalah *timeline* produksi, peran masing-masing anggota dalam produksi, pembelian bahan baku, pengolahan bahan baku, serta pembuatan *prototype*. *Timeline* produksi direncanakan untuk dimulai empat minggu setelah pengumuman pendanaan karena dibutuhkan waktu untuk menyempurnakan rancangan produk dari rancangan awal. Lalu, pada pembagian tugas ke masing-masing anggota, semua anggota mendapatkan tanggung jawab pada bagian produksi, ada yang memproduksi bagian papan monopoli, ada yang mencetak semua *design* permainan, ada yang merakit seluruh kelengkapan permainan, dan ada yang menjadi pengecek kualitas produk sebelum dipasarkan. Pembelian bahan baku dilakukan untuk memproduksi 20 unit permainan sekaligus, hal ini dilakukan agar mendapatkan harga bahan secara grosir, sehingga dapat menekan biaya produksi. Sebelum bahan baku digunakan ke dalam permainan Jelajah Nusantara, maka akan ada proses pengolahan terlebih dahulu, seperti pengolahan papan karton menjadi papan Monopoli dan pengolahan *dus box* yang akan digunakan sebagai wadah mainan Jelajah Nusantara. Setelah itu, *prototype* dibuat pada tahap ini dengan tujuan agar masing-masing anggota memiliki gambaran dasar bagaimana hasil akhir dari produk, sehingga bisa memudahkan nantinya dalam proses produksi.

3. Tahapan Produksi

Pembuatan produk akhir yang akan turun ke tangan konsumen menjadi fokus utama pada tahapan ini. Sesuai dengan rancangan yang telah dibuat pada tahap sebelumnya, maka tahapan ini menjadi realisasi dari tahapan Persiapan Produksi. Tahapan ini dimulai dengan persiapan beberapa bahan, seperti pembuatan papan monopoli perlu menyiapkan papan karton, skotlet bening, dan stiker bergambar monopoli yang sudah digambar sebelumnya. Lalu, untuk pembuatan kartu tantangan, buku panduan, kartu sertifikat dan uang monopoli menggunakan kertas stiker A3+ yang dicetak dan dipotong sesuai spesifikasi yang telah ditentukan. Lalu, untuk kotak kardus kemasan menggunakan kardus yang ukuran sesuai dengan papan permainan lalu diberi lapisan stiker *eye catching* agar terlihat lebih menarik. Setelah masing-masing bagian telah selesai diolah menjadi bagian yang siap disatukan, maka dilakukan pengelompokkan masing-masing bagian ke meja kerja, hal ini dilakukan agar dalam proses perakitan produk, anggota yang merakit tidak perlu mencari bagian-bagian secara mandiri karena sudah ada pengelompokkan komponen-komponen permainan, sehingga memudahkan alur kerjanya. Alur selanjutnya adalah perakitan produk, semua komponen-komponen permainan dijadikan satu, dan dibungkus sesuai dengan kemasan yang telah disiapkan, lalu semua komponen dimasukkan ke dus karton, dan langkah terakhirnya adalah *Quality Control* untuk memastikan Permainan Jelajah Nusantara sudah lengkap dan siap untuk dimainkan oleh konsumen.



Gambar 1. Hasil Produk *Board Game* Monopoli Jelajah Nusantara

4. Tahapan Promosi dan Pemasaran

Jelajah Nusantara ditujukan pada dua jenis pasar yang berbeda yaitu *business to consumer* dan *business to business*. Pada segmen *business to consumer* (B2C) kami melakukan tiga jenis aktivitas, yakni menjangkau beberapa sekolah yang ada di Surabaya dan Sidoarjo, promosi dan penjualan melalui media sosial dan e-commerce, serta menawarkan dan menjual produk pada individu yang dikenal. Ketiga aktivitas tersebut diintegrasikan dengan tiga jenis strategi yaitu *direct marketing*, *direct selling*, dan *personal selling*. Pada segmen *business to business* (B2B) kami menerapkan strategi kemitraan dengan cara bekerjasama dengan retail mainan dengan sistem konsinyasi. Kegiatan promosi dan pemasaran dilakukan dengan skema *integrated marketing communication*

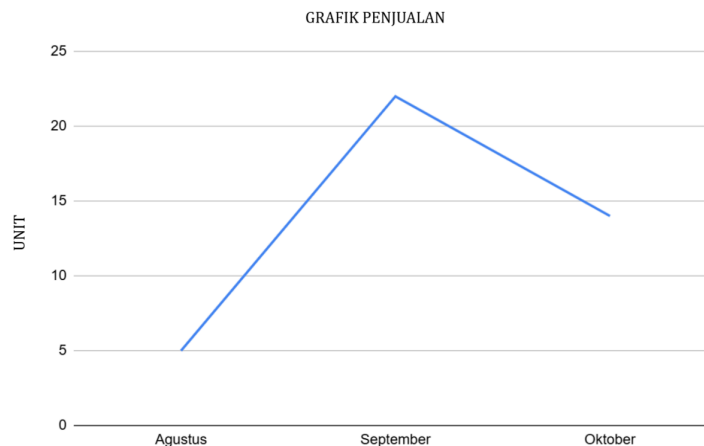
melalui periklanan, media sosial, *interactive marketing*, dan e-commerce guna menciptakan *awareness* yang lebih luas.

5. Tahapan Evaluasi

Pada tahap evaluasi, tim PKM-K Jelajah Nusantara melakukan peninjauan menyeluruh terhadap pelaksanaan program, yang mencakup analisis hasil penjualan, pengembangan produk, efektivitas promosi, dan pembelajaran anggota tim. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pencapaian penjualan cukup baik dan sesuai dengan target awal, meskipun masih ditemukan tantangan pada distribusi *offline*. Respons dari konsumen dan mitra memberikan masukan penting untuk pengembangan produk, terutama dalam hal desain dan kemasan. Strategi promosi *hybrid* dinilai efektif dalam meningkatkan jangkauan pasar, terutama melalui media sosial dan kolaborasi dengan mitra. Selain itu, setiap anggota tim melakukan refleksi individu dan kelompok untuk mengevaluasi peran masing-masing, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, serta menarik pembelajaran yang berguna untuk kegiatan kewirausahaan pada masa mendatang.

Capaian Program

Dari segi produksi, kami berhasil memproduksi lebih dari 55 produk selama lima bulan jalannya program, dengan sekali tahap produksi menghasilkan minimal 10 unit produk. Total produk yang telah kami produksi selama program ini berlangsung adalah 60 unit. Total produk ini masih sesuai dengan target awal produksi yang telah ditentukan pada tahap persiapan produksi. Secara kualitas, produk ini telah teruji untuk dimainkan secara rutin dari akhir tahun 2023 hingga awal tahun 2025 dengan hasil saat pengecekan terakhir, kondisi produk masih bertahan dengan cukup baik, meskipun ada beberapa bagian permainan yang terlihat sedikit rusak atau aus karena dimainkan secara rutin oleh anak-anak.



Gambar 2. Grafik Penjualan *Board Game* Jelajah Nusantara Agustus hingga Oktober 2023

Selama pelaksanaan Program Kreativitas Mahasiswa - Kewirausahaan (PKM-K) Jelajah Nusantara, tim kami berhasil menjual Jelajah Nusantara sebanyak 57 unit dengan harga Rp200.000,00, dan dengan biaya produksi per unit sebesar Rp141.545,00. Hasil penjualan tersebut menjangkau lebih dari 30 pihak di wilayah Surabaya dan sekitarnya. Dari hasil penjualan tersebut, tim kami mendapatkan omzet sebesar Rp3.331.935,00 dengan proyeksi BEP sebanyak 15 unit produk. Angka penjualan tersebut dapat terwujud karena pada program ini kami lebih berfokus kepada *personal selling* kepada konsumen, sehingga kebanyakan dari hasil penjualan didapatkan melalui cara tersebut. Selain itu, kami juga menggunakan Instagram sebagai pemasaran digital utama untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pada media sosial, kami memaksimalkan tiga jenis konten, yaitu konten *sales driven*, konten edukasi, dan konten *engagement* (konten yang mendukung interaksi dengan konsumen).

DISKUSI

Pelaksanaan program PKM-K Jelajah Nusantara menunjukkan capaian yang cukup baik, dengan total 60 unit produk berhasil dibuat dan 57 unit berhasil terjual selama lima bulan masa pelaksanaan program. Meskipun tidak mencapai target penjualan secara penuh, hasil ini menunjukkan bahwa produk memiliki daya tarik yang cukup tinggi, terutama ketika dipromosikan secara langsung melalui pendekatan *personal selling*. Strategi promosi dari mulut ke mulut terbukti paling efektif karena memungkinkan tim menjelaskan secara langsung keunggulan dan cara penggunaan produk, berbeda dengan skema kemitraan toko mainan yang belum memberikan hasil maksimal karena keterbatasan pengenalan produk di pasar. Distribusi melalui kerja sama dengan sekolah dan pihak terkait juga memberikan dampak positif dalam menjangkau sasaran utama, yaitu anak-anak usia sekolah.

Kendala utama selama program terletak pada manajemen waktu yang terbatas akibat kesibukan perkuliahan anggota tim, serta proses riset bahan dan desain produk yang memakan waktu cukup lama. Meski demikian, program ini memberikan pembelajaran penting dalam aspek komunikasi dan manajemen, dimana kejelasan koordinasi internal dan alur kerja terbukti sangat penting dalam mengelola usaha. Respons konsumen terhadap produk secara umum positif, terutama karena bentuk permainannya yang mudah dipahami dan familiar, meskipun terdapat masukan terkait penyederhanaan bahan dan desain kemasan agar lebih praktis dan mudah disimpan. Meskipun program berhenti pada akhir tahun 2023 karena keterbatasan waktu dari anggota tim, potensi keberlanjutan bisnis ini tetap terbuka lebar jika dikelola secara lebih intensif pada masa mendatang.

SIMPULAN

Perkembangan intelegensi anak menjadi salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan dalam konteks tumbuh kembang anak. Salah satu cara untuk mendukung perkembangan tersebut adalah melalui bermain. Salah satu permainan yang dapat mendukung perkembangan intelegensi anak adalah Jelajah Nusantara, board game monopoli yang dimodifikasi dengan tantangan-tantangan yang dirancang khusus untuk mendukung kecerdasan majemuk anak usia 7-11 tahun. Selain aspek edukasi, permainan ini juga mengangkat nilai budaya lokal Indonesia, yang memperkuat pelestarian budaya sekaligus membantu anak mengenal dan menghargai warisan nusantara sejak dini.

Permainan Jelajah Nusantara ini diciptakan melalui lima tahapan: (1) Perencanaan produk, (2) Persiapan produksi, (3) Produksi, (4) Promosi dan pemasaran, dan (5) Evaluasi. Kelima tahapan tersebut dilalui dengan tujuan akhirnya untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya dan sebagai media pembelajaran mahasiswa melalui Program Kreativitas Mahasiswa (PKM). Dalam kegiatan ini, strategi pemasaran utama yang kami gunakan untuk mendorong aspek kewirausahaan adalah melalui *personal selling*. Dengan strategi ini, kami berhasil menjual 57 unit, dengan respons positif dari konsumen terkait kualitas dan manfaat produk. Produk ini terbukti tahan lama dan dapat digunakan secara berulang kali, sehingga menunjukkan potensi keberlanjutan bisnis dan dampak edukatif yang signifikan.

DEKLARASI POTENSI TERJADINYA KONFLIK KEPENTINGAN

Program ini didanai oleh Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi melalui skema Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) tahun 2023.

PUSTAKA ACUAN

- Andrianie, P.S., Yuniati, R., dan Giyanti, I. 2019. Pendayagunaan Alat Permainan Edukatif (APE) Berbasis Multiple Intelligences (MI) di Kelurahan Mojosongo. *Abdimas Dewantara*, 2(2), pp.182-189.
- Elfiadi, E. (2016). Bermain dan permainan bagi anak usia dini. *ITQAN: Jurnal Ilmu-Ilmu Kependidikan*, 7(1), 51-60.

- Farozin, M., dan Kurniawan, L. 2019. Developing learning guidance and counseling program based on social and emotional learning in senior high school. *Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling*, 4(2), pp.47-52.
- Gallahue, D.L., dan Donnelly, F.C. 2007. Developmental physical education for all children. *Human Kinetics*.
- Kovačević, T., dan Opić, S. 2014, Contribution of Traditional Games to the Quality of Students' Relations and Frequency of Students' Socialization in Primary Education. *Croatian Journal of Education: Hrvatski časopis za odgoj i obrazovanje*, 16(Sp. Ed. 1), pp.95-112.
- Mulyasa, E., & Manajemen, P. A. U. D. (2014). *Remaja Rosdakarya*.
- Mifroh, N. 2020. Teori Perkembangan Kognitif Jean Piaget dan Implementasinya dalam Pembelajaran di SD/MI. *JPT: Jurnal Pendidikan Tematik*, 1(3), pp.253-263.
- Musfiroh, T., dan Teoretis, A.L. 2014. Multiple Intelligences dan implikasinya dalam pendidikan. *Jurnal, Pusdi PAUD, Lemlit UNY*.