

TRANSFORMASI INOVASI DIGITAL DALAM PENGUATAN KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA DI ERA EKONOMI KREATIF

Miranti Sapitri¹

Teknik Informatika, Institut Teknologi Padang, Padang, Indonesia

miranti.sapitri01@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:

Received: 2025

Revised: 2025

Accepted: 2025

Keyword:

Digital Innovation;

Entrepreneurship;

Students;

Creative Economy

ABSTRACT

Digital transformation has become a key catalyst in strengthening student entrepreneurship in the era of the creative economy. This article aims to review the role of digital innovation, entrepreneurial literacy, and higher education ecosystem support in enhancing students' entrepreneurial interest and capabilities. The study employs a mixed-method approach: quantitative surveys to map students' digital literacy and entrepreneurial skills, combined with qualitative interviews to explore experiences and challenges in developing creative technology-based ventures. The findings indicate that digital literacy has a significant influence on students' entrepreneurial interest, explaining more than 50% of the variance in several studies. The integration of digital literacy and entrepreneurship education provides a stronger effect compared to either factor alone. The utilization of digital innovation through e-commerce, social media, *fintech*, and artificial intelligence contributes to market expansion, operational efficiency, and consumer trust. However, challenges such as limited digital security literacy, lack of access to funding, and insufficient campus ecosystem support still hinder the sustainability of student ventures. This article emphasizes the need for a comprehensive strategy that includes strengthening digital literacy, integrating technology-based entrepreneurship curricula, providing business incubators, and fostering collaboration between universities, industry, and technology providers. With such an approach, student entrepreneurship can grow into a competitive and sustainable driving force for the creative economy in the digital era.

How to Cite:

Sapitri, M. (2025). Transformasi Inovasi Digital dalam Penguatan Kewirausahaan Mahasiswa di Era Ekonomi Kreatif. . *Interface: Journal of Multidisciplinary*, 1(1), 48- 59

INTRODUCTION

Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia semakin ditopang oleh digitalisasi yang meluas. Sektor-ekonomi kreatif tidak lagi hanya mengandalkan aspek seni dan budaya saja, tetapi telah masuk ke ranah teknologi, konten digital, pemasaran online, dan media sosial sebagai kanal utama. Dalam konteks itu, literasi digital muncul sebagai salah satu kompetensi kunci agar mahasiswa yang akan berwirausaha kreatif mampu memanfaatkan alat digital sejak tahap ide sampai ke pasar. Literasi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha digital di perguruan tinggi di Sorong, dengan R^2 sekitar 50,5%, yang mengindikasikan bahwa sekitar setengah varians minat wirausaha digital dijelaskan oleh literasi digital (Khairunisa & Sabaria, 2023). Dengan demikian, pembekalan literasi digital dalam pendidikan formal sangat penting untuk memastikan mahasiswa tidak hanya memiliki ide, tetapi juga kemampuan teknis dan pemahaman atas dinamika penggunaan teknologi dalam usaha kreatif mereka.

Meskipun literasi digital penting, tidak semua aspek terkait digital mempunyai pengaruh yang sama. Misalnya, literasi digital memang mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa untuk berwirausaha, namun media sosial dan *e-commerce* sebagai variabel lain tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan wirausaha mahasiswa (Fernando & Handoyo, 2022). Ini menunjukkan bahwa hanya memiliki akses ke media sosial atau platform *e-commerce* saja tidak cukup pemahaman mendalam tentang literasi digital itu sendiri, termasuk bagaimana menggunakan informasi digital, keamanan digital, penyaringan informasi, dan penggunaan alat digital secara produktif, mungkin lebih kritis. Maka program pendidikan atau pelatihan yang hanya fokus pada penggunaan platform bisa kurang efektif jika tidak dibarengi penguatan literasi digital secara menyeluruh.

Kombinasi antara literasi digital dan pendidikan kewirausahaan menghasilkan efek yang lebih kuat terhadap minat mahasiswa berwirausaha daripada hanya salah satunya. Literasi digital dan pendidikan kewirausahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi-bisnis, dengan R^2 sebesar 55,4%. Artinya, lebih dari setengah varians minat wirausaha bisa dijelaskan oleh dua faktor tersebut (Asri, Sari, Afriani, Ajani, Maryani, & Setiawan, 2024). Hal ini menegaskan pentingnya integrasi antara pembelajaran kewirausahaan dengan literasi digital dalam

kurikulum perguruan tinggi untuk menguatkan kapabilitas mahasiswa dalam ekonomi kreatif.

Faktor lain yang muncul sebagai penghambat adalah *mindset* atau motivasi berwirausaha mahasiswa itu sendiri serta dukungan institusi. Literasi kewirausahaan dan literasi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi mahasiswa dalam berwirausaha (Pattipeilohy, Setiati, Mandang, & Kipka, 2024). Motivasi dan kepercayaan diri seringkali menjadi penggerak yang memungkinkan mahasiswa melangkah dari sekadar minat menjadi tindakan nyata. Tanpa motivasi yang didukung oleh literasi digital dan pendidikan kewirausahaan, ide usaha kreatif bisa tertahan di tahap perencanaan saja.

Transformasi digital bukan hanya soal alat dan platform, melainkan juga soal bagaimana mahasiswa memperoleh dukungan ekosistem, termasuk mentor, infrastruktur teknologi, dan peluang praktek langsung. Literasi digital berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa berwirausaha, dengan determinasi (R^2) yang sangat tinggi, menunjukkan bahwa literasi digital hampir seluruhnya mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa (Sari, 2023). Namun, kendala seperti akses modal, regulasi, dan pendampingan masih menjadi hambatan bagi mahasiswa untuk menerapkan literasi digital ke dalam usaha nyata.

Aspek inovasi digital sebagai unsur inti dalam kewirausahaan mahasiswa di ekonomi kreatif perlu dipandang sebagai katalis: bukan hanya sekadar variabel, tetapi sebagai penggerak transformasi dalam pendidikan, kebijakan, dan praktik kewirausahaan. Inovasi digital harus diintegrasikan dalam kurikulum kewirausahaan, modul literasi digital, serta program dukungan seperti inkubator, pendanaan, *mentorship*, dan praktek usaha langsung. Strategi semacam ini dapat memperkuat kapabilitas mahasiswa dalam hal kreativitas produk, pemasaran digital, efisiensi operasional, dan keberlanjutan usaha. Artikel review ini bertujuan untuk meninjau literatur terkait literasi digital, pendidikan kewirausahaan, serta faktor pendukung ekosistem dalam penguatan kewirausahaan mahasiswa di era ekonomi kreatif.

Artikel review ini bertujuan untuk meninjau literatur terkait penerapan inovasi digital dan literasi kewirausahaan dalam mendukung penguatan wirausaha mahasiswa. Fokus ulasan mencakup faktor-faktor kunci keberhasilan, peluang, tantangan, serta strategi yang dapat diterapkan oleh mahasiswa sebagai pelaku usaha untuk meningkatkan efektivitas bisnis digital. Dengan demikian, artikel ini diharapkan memberikan wawasan komprehensif bagi pengambil keputusan, institusi pendidikan tinggi, dan mahasiswa dalam mengoptimalkan potensi ekonomi kreatif untuk pertumbuhan kewirausahaan yang berkelanjutan di era digital.

METHODS

Metode yang digunakan dalam kajian ini adalah pendekatan kuantitatif melalui survei yang dilengkapi dengan pendekatan kualitatif berupa wawancara mendalam. Pendekatan kuantitatif dipilih untuk memperoleh gambaran umum mengenai tingkat literasi digital, keterampilan kewirausahaan, serta pemanfaatan teknologi digital pada mahasiswa, sedangkan pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali pemahaman yang lebih mendalam terkait pengalaman, hambatan, serta strategi mahasiswa dalam membangun usaha kreatif digital. Kombinasi ini menghasilkan data yang komprehensif dan seimbang antara aspek numerik dan naratif.

Lokasi kajian difokuskan pada perguruan tinggi yang memiliki fakultas ekonomi, bisnis, dan teknologi, karena mahasiswa dari bidang tersebut dianggap memiliki keterkaitan erat dengan kewirausahaan digital. Subjek yang terlibat adalah mahasiswa aktif program sarjana semester menengah hingga akhir yang sudah menempuh mata kuliah kewirausahaan atau terlibat dalam program inkubasi bisnis kampus. Pemilihan subjek dilakukan dengan teknik *purposive sampling* agar responden yang dilibatkan relevan dengan tujuan kajian.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, penyebaran kuesioner online menggunakan formulir digital untuk menjaring data kuantitatif mengenai literasi digital, tingkat keterampilan kewirausahaan, serta pemanfaatan platform digital. Kedua, wawancara semi-terstruktur dilakukan kepada sejumlah mahasiswa yang terpilih untuk menggali pengalaman mereka dalam memanfaatkan teknologi digital dalam berwirausaha. Ketiga, studi dokumentasi dilakukan dengan menelaah dokumen program kewirausahaan kampus, laporan kegiatan mahasiswa, dan data pendukung lain yang relevan. Kombinasi ketiga teknik ini memberikan data yang kaya untuk dianalisis secara triangulatif.

Analisis data kuantitatif dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif untuk memetakan tingkat keterampilan dan literasi digital mahasiswa, serta analisis regresi sederhana untuk menguji hubungan antara literasi digital dan kemampuan kewirausahaan. Sementara itu, data kualitatif dari hasil wawancara dianalisis dengan metode analisis tematik, yaitu mengidentifikasi pola, tema, dan subtema yang berkaitan dengan integrasi inovasi digital dalam kewirausahaan mahasiswa. Hasil dari kedua pendekatan ini kemudian disintesiskan sehingga memberikan gambaran yang utuh tentang faktor-faktor kunci yang mendukung maupun menghambat kewirausahaan digital mahasiswa.

Untuk menjaga validitas, dilakukan triangulasi metode dan sumber data. Data dari kuesioner diverifikasi dengan temuan wawancara dan dokumentasi, sehingga konsistensi hasil dapat dipastikan. Selain itu, proses pengodean data kualitatif dilakukan secara sistematis untuk meminimalisasi bias. Dengan desain ini diharapkan diperoleh pemahaman menyeluruh mengenai bagaimana inovasi digital dapat memperkuat kapasitas kewirausahaan mahasiswa di era ekonomi kreatif.

RESULT AND DISCUSSION

Minat mahasiswa terhadap kewirausahaan digital cukup tinggi, khususnya setelah terjadi percepatan digitalisasi dalam kehidupan pendidikan dan ekonomi. Wulandari, Afdal, & Hariko (2024) menemukan bahwa mahasiswa Generasi Z menunjukkan antusias yang kuat dalam menggunakan teknologi digital sebagai sarana memulai usaha, khususnya dalam bidang usaha yang terkait media sosial, konten digital, dan *marketplace*.

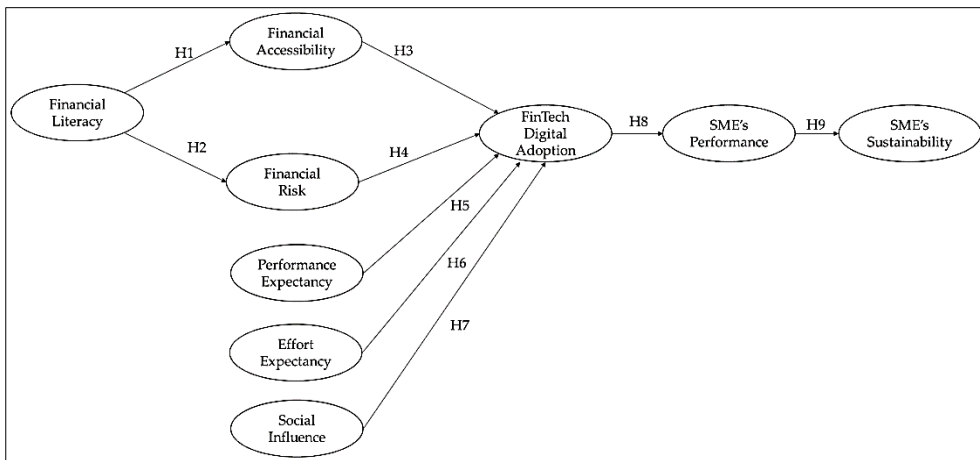
Meliawati et al., (2025) melaporkan bahwa banyak pelaku UMKM yang merupakan mahasiswa atau alumni menggunakan *e-commerce* dan media sosial untuk menjangkau pasar lebih luas, dan bahwa inovasi produk yang dikemas digital menjadi semakin dominan dalam usaha kreatif. Profil usaha mahasiswa ini umumnya bergerak di sektor kreativitas seperti kerajinan, kuliner, fesyen digital, jasa desain grafis, atau konten digital.

Pemanfaatan teknologi terjadi pada pemasaran digital, pengelolaan keuangan menggunakan aplikasi digital, dan penggunaan platform transaksi daring. Namun, meskipun adaptasi teknologi relatif cepat, ada perbedaan tingkat pemanfaatan tergantung pada akses fasilitas, kemampuan teknis, dan eksposur terhadap teknologi digital. Misalnya, Putri & Widadi (2024) menyebut bahwa sebagian mahasiswa masih kurang percaya diri dalam menggunakan fitur canggih dari *e-commerce* atau *fintech* karena belum cukup familiar atau belum memiliki literasi keamanan dan kepercayaan terhadap transaksi digital.

Inovasi digital terbukti menjadi salah satu faktor utama dalam memperkuat kewirausahaan mahasiswa. Contohnya, *Transformasi Digital UMKM Sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif di Indonesia* (Meliawati et al., 2025) menegaskan bahwa melalui platform *e-commerce* dan media sosial, mahasiswa pengusaha kreatif dapat memperluas jangkauan pemasaran, menurunkan biaya operasional, dan meningkatkan visibilitas produk di pasar lokal maupun nasional. Nurwulan, Maulana, & Prisasti (2024) membahas bahwa penggunaan AI dalam transaksi digital, analisis data pelanggan, dan otomasi layanan dapat meningkatkan

kecepatan layanan dan keamanan, yang pada gilirannya menambah kepercayaan konsumen.

Peran *fintech* juga muncul dalam beberapa studi sebagai elemen inovatif yang membantu mahasiswa memulai usaha dengan modal kecil melalui sistem pembayaran digital, pinjaman daring, dan manajemen keuangan yang lebih terstruktur. Namun, penggunaan *fintech* dan fitur-fitur AI masih belum merata; tingkat adopsi sangat bergantung pada literasi digital dan kehadiran regulasi yang mendukung (Siregar et al., 2024).



Gambar 1 Kerangka Konseptual Adopsi Digital *FinTech* dan Keberlanjutan UMKM

Gambar ini menunjukkan kerangka konseptual mengenai faktor-faktor yang memengaruhi adopsi digital *FinTech* dan dampaknya terhadap kinerja serta keberlanjutan UMKM. Variabel yang diuji mencakup literasi keuangan, aksesibilitas keuangan, risiko keuangan, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, serta pengaruh sosial. Hubungan antar variabel digambarkan melalui hipotesis (H1–H9), yang mengilustrasikan bahwa adopsi digital *FinTech* berperan sebagai mediator penting dalam meningkatkan performa UMKM, yang pada akhirnya memperkuat keberlanjutan usaha.

Meski antusiasme tinggi dan inovasi sudah dilakukan, berbagai penelitian menunjukkan adanya tantangan signifikan yang menghambat berkembangnya kewirausahaan digital mahasiswa. Literasi digital menjadi hambatan utama—baik dari aspek teknis penggunaan teknologi maupun aspek keamanan dan pengetahuan tentang regulasi digital. Wulandari et al. (2024) melaporkan bahwa sebagian mahasiswa masih merasa cemas terhadap risiko keamanan dalam transaksi digital, serta kesulitan memahami alat pembayaran digital atau fitur-AI karena pengalaman yang masih minim.

Modal atau akses ke pembiayaan juga sering disebut sebagai hambatan, terutama modal awal untuk produksi, biaya pemasaran digital, serta investasi pada infrastruktur (misalnya koneksi internet atau perangkat keras). Meliawati et al. (2025) menyebut bahwa infrastruktur teknologi di beberapa daerah masih kurang mendukung, sehingga mahasiswa yang berada di lingkungan kampus atau daerah dengan fasilitas terbatas lebih lambat dalam transformasi digital.

Ekosistem kampus yang ideal yakni adanya pendamping, kegiatan inkubasi, serta kolaborasi antar jurusan teknologi dan bisnis belum secara konsisten tersedia. Putri & Widadi (2024) menyebut bahwa meskipun universitas menyediakan mata kuliah kewirausahaan, fasilitas dukungannya (mentor, jaringan, regulasi kampus) belum selalu optimal.

Untuk mengatasi hambatan di atas, program inkubasi dalam kampus perlu melibatkan unsur mentor praktisi bisnis, penyedia platform digital, serta pelatihan teknik pemasaran digital dan AI (Meliawati et al., 2025). Putri & Widadi (2024) juga menekankan bahwa model bisnis mahasiswa kreatif akan lebih kuat jika dikembangkan bersama partner bisnis atau startup teknologi yang dapat memberikan akses teknologi, pemasaran digital, dan modal sosial. Model kolaboratif semacam ini memperlihatkan bahwa mahasiswa tidak hanya belajar teori, tetapi langsung menerapkan dalam usaha nyata, serta mendapatkan *feedback* dari praktisi. Hal ini juga mendorong munculnya inovasi produk dan layanan baru, seperti jasa digital kreatif, pembayaran digital yang terintegrasi, dan penggunaan AI untuk analisis pasar dan personalisasi produk.

Literatur tentang *digital entrepreneurship* menegaskan bahwa inovasi digital tidak hanya literasi digital tetapi juga *e-commerce*, *fintech*, AI, dan media sosial berperan sebagai variabel mediator atau katalis dalam hubungan antara sumber daya (seperti pendidikan kewirausahaan, modal, dan mentoring) dengan hasil berupa minat, performa, maupun keberlanjutan usaha. Hal ini sejalan dengan model teori usaha inovatif yang menyebutkan bahwa teknologi dan jaringan merupakan elemen kunci dalam kewirausahaan abad ke-21.

Secara praktis, implikasi yang muncul adalah perlunya perguruan tinggi meningkatkan fasilitas pendukung, memperkaya kurikulum dengan elemen inovasi digital yang aplikatif, menyediakan pelatihan khusus teknologi, serta membangun jaringan kolaborasi dengan dunia usaha dan penyedia teknologi. Kebijakan pemerintah dan kampus sebaiknya diarahkan pada peningkatan literasi digital, perluasan akses pembiayaan *fintech*, insentif teknologi bagi mahasiswa kreatif, serta pengembangan infrastruktur agar distribusi akses lebih merata. Dengan demikian, transformasi kewirausahaan dapat terjadi tidak hanya pada

level individual mahasiswa, tetapi juga pada level institusi dan ekosistem yang secara keseluruhan memperkuat ekonomi kreatif Indonesia di era digital.

CONCLUSION

Inovasi digital pada era ekonomi kreatif semakin terbukti menjadi katalis yang memperkuat kewirausahaan mahasiswa. Generasi muda, khususnya mahasiswa, kini tidak hanya diposisikan sebagai pencari kerja, tetapi juga sebagai pencipta peluang kerja melalui usaha kreatif berbasis teknologi. Dukungan digital memungkinkan mereka memanfaatkan *platform* daring untuk produksi, promosi, distribusi, hingga transaksi keuangan. Menurut Wulandari, Afdal, & Hariko (2024), literasi digital yang memadai dapat meningkatkan minat wirausaha mahasiswa, terutama dari kalangan Generasi Z yang memang tumbuh dalam lingkungan serba digital. Dengan pemahaman teknologi yang kuat, mahasiswa lebih mudah menciptakan usaha berbasis inovasi yang adaptif terhadap dinamika pasar.

Keterlibatan pendidikan tinggi dalam mendorong kewirausahaan digital mahasiswa juga berperan penting. Universitas tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga perlu menghadirkan program yang mengintegrasikan teknologi digital dalam kurikulum kewirausahaan. Putri & Widadi (2024) menegaskan bahwa peran inovasi dalam model bisnis mahasiswa dapat tercapai bila ada dukungan nyata berupa pelatihan digital marketing, mentoring kewirausahaan, serta kerja sama dengan *startup* teknologi. Di samping itu, Meliawati et al., (2025) menunjukkan bahwa transformasi digital yang terintegrasi dalam program kampus mendorong mahasiswa untuk lebih percaya diri dalam mengembangkan produk kreatif sekaligus memperluas jangkauan usaha melalui pasar digital. Hal ini membuktikan bahwa pendidikan tinggi harus bertransformasi menjadi pusat inkubasi kewirausahaan yang berbasis teknologi.

Pemanfaatan inovasi digital tidak terlepas dari dukungan teknologi dan akses pasar yang semakin terbuka. Platform *e-commerce*, media sosial, dan *fintech* memungkinkan mahasiswa menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa keterbatasan geografis. Nurwulan, Maulana, & Prisasti (2024) menjelaskan bahwa pemanfaatan kecerdasan buatan dalam transaksi keuangan digital mampu meningkatkan efisiensi sekaligus keamanan usaha, sehingga mahasiswa lebih berani mengembangkan bisnis secara berkelanjutan. Sejalan dengan itu, Wilestari et al., (2023) menyoroti bahwa digitalisasi bisnis membuka ruang inovasi baru bagi pelaku usaha muda, meskipun mereka tetap harus mengantisipasi perubahan regulasi dan dinamika pasar global. Dukungan teknologi yang memadai, termasuk

infrastruktur jaringan dan perangkat digital, menjadi faktor yang mempercepat transformasi kewirausahaan mahasiswa.

Meskipun potensi besar tersebut terlihat jelas, berbagai tantangan tetap menghambat penguatan kewirausahaan mahasiswa berbasis inovasi digital. Hambatan yang paling menonjol adalah keterbatasan literasi digital, terutama pada aspek keamanan siber, manajemen keuangan digital, dan penggunaan fitur teknologi yang lebih kompleks. Wulandari et al. (2024) mencatat bahwa banyak mahasiswa yang masih ragu menggunakan teknologi pembayaran digital karena keterbatasan pemahaman dan minimnya pengalaman. Selain itu, permasalahan modal juga menjadi kendala klasik yang belum terselesaikan. Meliawati et al. (2025) menemukan bahwa mahasiswa wirausaha seringkali terhambat dalam mengakses pembiayaan usaha, meskipun ada berbagai instrumen digital yang sebenarnya bisa dimanfaatkan. Tantangan lain yang muncul adalah keterbatasan ekosistem kampus yang belum sepenuhnya mendukung, seperti kurangnya inkubator bisnis, keterlibatan mentor dari industri kreatif, dan minimnya kerja sama lintas disiplin antara fakultas bisnis dan teknologi.

Transformasi kewirausahaan, model kolaborasi antara pendidikan tinggi, dunia bisnis, dan sektor teknologi menjadi kebutuhan mendesak. Putri & Widadi (2024) menekankan pentingnya mengembangkan model bisnis baru yang melibatkan mahasiswa dalam jejaring kolaboratif bersama pelaku usaha dan penyedia teknologi. Hal ini dapat membuka peluang integrasi antara pengetahuan akademik, pengalaman praktis, dan dukungan teknologi mutakhir. Sementara itu, Meliawati et al. (2025) menyarankan agar kampus mengembangkan program inkubasi bisnis yang berbasis teknologi, sehingga mahasiswa tidak hanya memperoleh teori tetapi juga praktik nyata melalui bimbingan langsung dari praktisi industri. Dengan demikian, mahasiswa dapat menciptakan usaha kreatif digital yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga berkelanjutan.

Rekomendasi strategis yang dapat diajukan mencakup tiga hal utama. Pertama, peningkatan literasi digital mahasiswa secara sistematis melalui kurikulum, pelatihan, dan *workshop* praktis. Upaya ini akan membantu mahasiswa memahami aspek teknis dan etis dari penggunaan teknologi digital dalam berwirausaha. Kedua, kolaborasi antara kampus dan industri kreatif perlu diperkuat, baik dalam bentuk program magang, mentoring bisnis, maupun pengembangan riset terapan. Kerja sama ini tidak hanya memperluas pengalaman mahasiswa, tetapi juga menciptakan jembatan antara dunia akademik dan kebutuhan pasar. Ketiga, pengembangan inkubator bisnis berbasis teknologi di lingkungan kampus menjadi langkah penting untuk mendukung mahasiswa dalam menguji ide usaha, memperoleh pendanaan awal, serta mengakses teknologi yang

relevan. Nurwulan et al. (2024) menegaskan bahwa penguasaan teknologi seperti kecerdasan buatan, *big data*, dan *fintech* akan memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan bagi mahasiswa wirausaha di era digital.

Inovasi digital terbukti bukan hanya sebagai tren, melainkan kebutuhan esensial dalam memperkuat kewirausahaan mahasiswa. Pendidikan tinggi harus memainkan peran sentral dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan digital yang kolaboratif, inklusif, dan berbasis teknologi. Dukungan teknologi dan akses pasar yang semakin luas menjadi modal besar untuk pengembangan usaha kreatif mahasiswa. Artikel ini menekankan bahwa transformasi kewirausahaan melalui inovasi digital hanya dapat terwujud apabila literasi digital ditingkatkan, kolaborasi lintas sektor diperkuat, dan fasilitas inkubator berbasis teknologi dikembangkan secara konsisten. Implikasi praktis dari kajian ini adalah perlunya integrasi antara pendidikan, bisnis, dan teknologi agar kewirausahaan mahasiswa mampu tumbuh menjadi motor penggerak ekonomi kreatif Indonesia yang berdaya saing di era digital.

REFERENCES

- Asri, E. V., Sari, D. Y., Afriani, S. N., Ajani, F., Maryani, R., & Setiawan, A. (2024). Pengaruh literasi digital dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau. *SINERGI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(12), 1255-1265. <https://doi.org/10.62335/bb0zad56> [Manggala Journal](#)
- Devita Nurwulan, Fiqri Cahya Maulana, & Tri Handoyo Prisasti. (2024). Inovasi tanpa batas potensi AI dalam menciptakan sistem transaksi keuangan digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 3(6). <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i6.5401>
- Fernando, F., & Handoyo, S. E. (2022). Pengaruh literasi digital, media sosial, dan e-commerce terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(1), 99-106. https://www.researchgate.net/publication/358231513_Pengaruh_Literasi_Digital_Media_Sosial_dan_e-Commerce_terhadap_Keputusan_Berwirausaha_Mahasiswa [ResearchGate](#)
- Khairunisa, N. A., & Sabaria, S. (2023). Pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha digital mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong. *ASSET: Jurnal*

Manajemen dan Bisnis, 6(2).
<https://journal.umpo.ac.id/index.php/ASSET/article/view/7807>
Umpo Journal

- Median Wilestari, Sari Mujiani, Bagus Hari Sugiharto, Sutrisno Sutrisno, & Andriya Risdwiyanto. (2023). Digitalisasi dan transformasi bisnis: Perspektif praktisi muda UMKM tentang perubahan ekonomi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 12(2). <https://doi.org/10.23887/jish.v12i2.61216>
- Meliawati, H., Cahyani, N., Romadhona, A., & Khair, O. I. (2025). Transformasi digital UMKM sebagai penggerak ekonomi kreatif di Indonesia. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 20(1), 181-190. <https://doi.org/10.2324/06tydp70>
- Pattipeilohy, S. F., Setiati, W., Mandang, A. E., & Kipka, D. (2024). Pengaruh literasi digital dan literasi kewirausahaan terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa. *JIIIC: Jurnal Intelekt Insan*, 1(?)
- Putri, P. L., & Widadi, B. (2024). Peran inovasi dalam pengembangan model bisnis UMKM di era digital. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(4), 180-189. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i4.1113>
- Sari, M. A. (2023). Pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Sriwijaya [Skripsi]. Universitas Sriwijaya. https://repository.unsri.ac.id/94000/3/RAMA_87203_0603128182303_0_0020066902_01_front_ref.pdf
- Siregar, D. A., Hidayat, T., Pohan, F., & Lubis, R. (2024). Inovasi fintech dan implikasinya terhadap perbankan konvensional di era masyarakat digital. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(3), 221–234. <https://doi.org/10.23887/jika> ada DOI]
- Wulandari, R., Afdal, Rezki Hariko. (2024). Literasi digital untuk meningkatkan minat berwirausaha Generasi Z. *Risalah, Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 10(3), 983-996. https://doi.org/10.31943/jurnal_risalah.v10i3.1596