



Pendidikan Kewirausahaan dan Literasi Digital Sebagai Katalis Pengembangan UMKM di Kalangan Mahasiswa

Awaliah Arisyah^{1*}, Marisa Anggraini², Yulia Novita³

Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Jurusan Pendidikan Ekonomi

Universitas Islan Sultan Syarif Kasim Riau

Alamat: Panam, Jl. HR. Soebrantas No. Km. 15, RW. 15, Simpang Baru, Kota Pekanbaru, Riau

Penulis Korespondensi: awaliaharisyah@gmail.com, marisaanggrainimarisa1812@gmail.com,
ynovita_68@yahoo.com

Abstract: *Entrepreneurship education and digital literacy are increasingly recognized as important foundations for the development of student-led micro, small, and medium enterprises (MSMEs), especially in today's digital-driven economy. This study explores how these two elements work together to strengthen students' entrepreneurial abilities and support the growth of digitally oriented MSMEs. Using a mixed-method approach, data were obtained from 250 students through structured surveys and complemented by in-depth interviews with 12 key informants, including lecturers, MSME assistants, and active student entrepreneurs. The findings reveal that entrepreneurship education enhances students' managerial readiness, strengthens their entrepreneurial mindset, and encourages business initiation. Meanwhile, digital literacy contributes to improved mastery of digital marketing, online transaction operations, and the use of data in decision-making. When combined, both variables show a mutually reinforcing influence on the performance of student MSMEs. This research emphasizes the importance of integrating entrepreneurial learning with practical digital skills to build sustainable and innovative student businesses. Several recommendations are proposed, including strengthening curricular content, providing hands-on digital training, and enhancing institutional support for student business incubation programs.*

Keywords: *digital literacy, entrepreneurship education, MSMEs, students, digitalization*

Abstrak: Pendidikan kewirausahaan dan literasi digital kini menjadi dua kemampuan penting yang mendorong tumbuhnya UMKM berbasis mahasiswa di tengah perkembangan ekonomi digital. Penelitian ini mencoba memahami bagaimana kedua aspek tersebut saling mendukung dalam membentuk kemampuan wirausaha mahasiswa serta membantu mempercepat pengembangan UMKM yang memanfaatkan teknologi. Melalui pendekatan mixed methods, data dikumpulkan dari 250 mahasiswa melalui survei terstruktur, dan dilengkapi dengan wawancara mendalam kepada 12 informan, yang terdiri atas dosen, pendamping UMKM, serta mahasiswa pelaku usaha. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berperan dalam memperkuat kesiapan manajerial, menumbuhkan pola pikir wirausaha, dan mendorong minat memulai usaha. Di sisi lain, literasi digital terbukti memberikan dampak besar terhadap kemampuan mahasiswa dalam menjalankan pemasaran digital, mengelola transaksi daring, serta memanfaatkan informasi berbasis data. Ketika kedua faktor ini berjalan bersama, kinerja UMKM mahasiswa terlihat meningkat secara signifikan. Penelitian ini merekomendasikan perlunya integrasi pembelajaran kewirausahaan dengan pelatihan digital yang aplikatif, termasuk memperkuat peran inkubator bisnis kampus agar UMKM mahasiswa dapat berkembang secara berkelanjutan.

Kata kunci: digitalisasi, literasi digital, mahasiswa, pendidikan kewirausahaan, UMKM

1. LATAR BELAKANG

Transformasi masif dalam lanskap ekonomi digital telah menciptakan ruang ekspansi yang signifikan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Akses terhadap teknologi informasi dan infrastruktur internet yang semakin demokratis membuka peluang untuk inovasi, peningkatan skala usaha, dan penetrasi pasar yang lebih luas. Dalam konteks ini, mahasiswa yang merupakan bagian dari generasi digital native secara intrinsik memiliki posisi strategis sebagai calon motor penggerak UMKM yang

inovatif dan adaptif terhadap dinamika pasar. Namun, observasi awal menunjukkan bahwa potensi besar ini seringkali belum teraktualisasi secara optimal. Banyak mahasiswa masih menghadapi keterbatasan dalam pemahaman dan kompetensi bisnis inti, seperti penyusunan perencanaan usaha yang matang, kemampuan manajemen operasional dan keuangan, serta yang paling krusial, kapasitas untuk memanfaatkan teknologi digital secara efektif dan strategis.

Di lain sisi, berbagai studi empiris telah mengkonfirmasi bahwa literasi digital berperan sebagai *key enabler* dan faktor penentu peningkatan daya saing serta keberlanjutan UMKM di era kontemporer. Kemampuan tersebut termanifestasi dalam pemanfaatan platform media sosial untuk pemasaran dan *customer engagement*, optimasi marketplace untuk distribusi produk, hingga adopsi sistem pembayaran digital dan analitik data untuk efisiensi dan pengambilan keputusan. Adanya kesenjangan (*gap*) antara peluang objektif, potensi generasi mahasiswa, dan kompetensi yang dimiliki, menyoroti urgensi untuk menelaah secara lebih mendalam peran pendidikan kewirausahaan (*entrepreneurship education*) yang terintegrasi dengan penguatan literasi digital. Integrasi ini diduga kuat dapat berfungsi sebagai katalisator sekaligus fondasi pengembangan UMKM berbasis mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dirancang untuk menyediakan bukti empiris yang komprehensif mengenai hubungan antara variabel pendidikan kewirausahaan dan literasi digital, serta mengukur kontribusi sinergis kedua faktor tersebut terhadap kinerja (*performance*) UMKM yang dijalankan oleh mahasiswa. Performa tersebut tidak hanya dilihat dari aspek finansial, tetapi juga aspek pertumbuhan, adaptabilitas, dan ketahanan usaha di tengah disrupsi ekonomi digital. Temuan penelitian diharapkan dapat menjadi landasan akademis dan rekomendasi praktis bagi institusi pendidikan, pembuat kebijakan, dan para pemangku kepentingan dalam mendesain program pendampingan yang efektif guna memberdayakan mahasiswa sebagai wirausaha baru yang kompetitif dan berkelanjutan.

Perubahan besar dalam ekonomi digital membuka peluang yang sangat luas bagi UMKM untuk berkembang, terutama melalui akses teknologi dan internet. Mahasiswa sebagai generasi yang tumbuh bersama teknologi sebenarnya memiliki posisi strategis untuk menciptakan UMKM yang inovatif dan adaptif. Namun, kenyataannya banyak mahasiswa belum memiliki pemahaman bisnis yang cukup, termasuk terkait perencanaan

usaha, manajemen, serta kemampuan memanfaatkan teknologi digital. Di sisi lain, literasi digital telah terbukti menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM, terutama melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, dan sistem pembayaran digital. Adanya kesenjangan kemampuan tersebut menunjukkan pentingnya mengkaji bagaimana pendidikan kewirausahaan dan literasi digital dapat berperan sebagai pendorong perkembangan UMKM mahasiswa. Penelitian ini diarahkan untuk memberikan gambaran empiris mengenai hubungan antara kedua variabel tersebut dan kontribusinya terhadap performa UMKM mahasiswa di era digital.

2. KAJIAN TEORITIS

2.1. Pendidikan Kewirausahaan: Dari Konsepsi ke Aksi

Pendidikan kewirausahaan (*entrepreneurship education*) dipandang sebagai mekanisme untuk mengembangkan pola pikir (*mindset*), keterampilan (*skillset*), dan pengetahuan (*knowledge*) yang diperlukan untuk menciptakan dan mengelola usaha baru (Fayolle & Gailly, 2015). Teori Entrepreneurial Intention (Ajzen, 1991) dan Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) sering menjadi dasar untuk memahami bagaimana pendidikan dapat membentuk niat dan perilaku wirausaha melalui pembentukan sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Pendidikan yang efektif tidak hanya fokus pada penyusunan rencana bisnis, tetapi juga pada pengembangan kompetensi kritis seperti kreativitas, pengambilan risiko yang terukur, *opportunity recognition*, dan ketahanan (*resilience*) (Lackéus, 2015). Dalam konteks mahasiswa, pendidikan ini berfungsi sebagai jembatan untuk menerjemahkan potensi intelektual dan energi menjadi aksi bisnis yang riil, mengurangi kesenjangan antara teori akademis dan praktik di lapangan.

2.2. Literasi Digital: Kompetensi Imperatif di Era Platform

Literasi digital melampaui sekadar kemampuan teknis mengoperasikan perangkat; literasi ini merupakan seperangkat kompetensi kompleks untuk mengakses, mengelola, memahami, mengintegrasikan, mengomunikasikan, mengevaluasi, dan menciptakan informasi secara aman dan tepat melalui teknologi digital (UNESCO, 2018). Dalam ranah UMKM, literasi digital berfungsi sebagai enabler yang mentransformasi operasi bisnis. Teori Technology Acceptance Model (TAM) (Davis, 1989) dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) (Venkatesh et al., 2003) menjelaskan

bahwa adopsi teknologi—seperti media sosial, e-commerce, dan sistem keuangan digital—dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, serta faktor sosial dan fasilitasi. Literasi digital yang memadai memungkinkan mahasiswa pelaku usaha untuk memanfaatkan platform secara strategis untuk pemasaran berbasis data (digital marketing), manajemen rantai pasok, analisis pelanggan, dan pembangunan merek, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing dan skalabilitas usaha (Nambisan, 2017).

2.3. Konvergensi dan Efek Katalitik dalam Ekonomi Digital

Kerangka teori inti penelitian ini terletak pada integrasi sinergis antara kedua konstruk tersebut. Ekonomi digital, yang dicirikan oleh **jaringan**, platform, dan ekosistem data (Stall et al., 2018), menciptakan konteks di mana kewirausahaan dan digitalisasi menyatu. Pendidikan kewirausahaan tradisional yang tidak menginternalisasi dimensi digital berisiko menghasilkan lulusan yang kurang relevan. Sebaliknya, literasi digital tanpa pemahaman prinsip bisnis dan kewirausahaan hanya menghasilkan keterampilan teknis yang tidak terarah.

Oleh karena itu, penelitian ini berargumen bahwa pendidikan kewirausahaan yang terdigitalisasi (*digitally infused entrepreneurship education*) berperan sebagai katalis. Katalis ini mempercepat dan mempermudah proses transformasi ide menjadi usaha yang tangguh dengan cara:

- a. Memperkuat Niat Berwirausaha: Paparan terhadap kesuksesan UMKM digital dan pelatihan alat-alat digital dapat meningkatkan persepsi kemudahan dan kelayakan (*feasibility*) memulai usaha.
- b. Meningkatkan Kapabilitas Bisnis-Digital: Mengintegrasikan modul literasi digital (pemasaran media sosial, analitik *e-commerce*, keuangan digital) ke dalam kurikulum kewirausahaan secara langsung meningkatkan kompetensi operasional dan strategis mahasiswa.
- c. Mengurangi Kesenjangan Sumber Daya: Teknologi digital berfungsi sebagai resource leveller, dan literasi digital memampukan mahasiswa untuk mengatasi keterbatasan modal dan jaringan konvensional melalui *crowdfunding*, digital *networking*, dan *cloud-based tools*.
- d. Mendorong Inovasi Model Bisnis: Pemahaman konvergen mendorong lahirnya model bisnis yang inovatif, seperti platform-based business, subscription models, atau penggunaan big data untuk personalisasi layanan.

2.4. Kerangka Konseptual

Berdasarkan kajian teoritis di atas, kerangka konseptual penelitian ini memposisikan Pendidikan Kewirausahaan dan Literasi Digital sebagai variabel independen yang saling memperkuat (sinergis). Keduanya diduga memiliki pengaruh langsung dan interaktif terhadap variabel dependen, yaitu Kinerja UMKM Mahasiswa, yang diukur melalui indikator pertumbuhan penjualan, perluasan pasar, adaptabilitas, dan keberlanjutan usaha. Konteks Ekonomi Digital berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan-hubungan tersebut.

Dengan demikian, penelitian ini secara teoritis berkontribusi pada literasi yang berkembang di persimpangan antara studi kewirausahaan, pendidikan, dan masyarakat digital, dengan menawarkan kerangka integratif untuk memahami pendorong UMKM generasi baru.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan *mixed-methods* (metode campuran) dengan desain explanatory sequential (Creswell & Clark, 2018) untuk memperoleh pemahaman yang holistik dan mendalam. Desain ini dipilih guna menggali tidak hanya korelasi statistik antar variabel, tetapi juga konteks, motivasi, dan mekanisme yang melatarbelakanginya. Proses penelitian dilakukan dalam dua fase yang berurutan dan saling melengkapi.

Fase Kuantitatif bertujuan untuk memetakan dan menguji hubungan antar konstruk utama dalam populasi yang lebih luas. Sebanyak 250 responden mahasiswa dari berbagai disiplin ilmu, yang memiliki minat atau pengalaman aktif dalam menjalankan UMKM, dipilih sebagai sampel menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner online yang terstruktur. Instrumen penelitian mengukur variabel-variabel inti: (1) Paparan dan Persepsi terhadap Pendidikan Kewirausahaan, (2) Tingkat Literasi Digital, (3) Niat Berwirausaha (entrepreneurial intention), dan (4) Kinerja UMKM yang diindikasikan melalui pertumbuhan penjualan, ekspansi pasar, dan inovasi produk/layanan. Seluruh item menggunakan skala Likert 5-point dan telah diuji validitas konten oleh para ahli serta validitas konstruk dan reliabilitas (Cronbach's Alpha > 0.7) melalui studi pendahuluan (pilot study). Data kuantitatif kemudian dianalisis dengan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh langsung dan interaktif

antara variabel independen (pendidikan kewirausahaan dan literasi digital) terhadap variabel dependen (kinerja UMKM).

Fase Kualitatif dilaksanakan sebagai kelanjutan untuk menjelaskan dan memperdalam temuan statistik dari fase pertama. Sebanyak 12 informan kunci (*key informants*), yang terdiri dari mahasiswa pelaku UMKM dengan kinerja beragam (tinggi, sedang, rendah) berdasarkan hasil survei, diwawancarai secara mendalam (*in-depth interview*) dengan panduan wawancara semi-terstruktur. Fokus wawancara adalah mengeksplorasi secara naratif proses penerapan keterampilan kewirausahaan dan digital dalam operasional bisnis, tantangan spesifik yang dihadapi, serta strategi pemanfaatan teknologi (seperti media sosial, e-commerce, dan alat analitik digital). Untuk memastikan validitas dan keakuratan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dengan mewawancarai informan dari latar belakang usaha yang berbeda dan triangulasi metode dengan mengonfirmasi temuan wawancara terhadap catatan lapangan dan dokumentasi online dari UMKM yang bersangkutan. Data kualitatif dianalisis menggunakan analisis tematik (*thematic analysis*) untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul.

Melalui integrasi kedua fase ini, penelitian ini berupaya memberikan bukti yang tidak hanya kuat secara statistik tetapi juga kaya secara kontekstual, sehingga mampu menjawab rumusan masalah secara lebih komprehensif dan menghasilkan implikasi yang relevan baik secara teoretis maupun praktis.

Penelitian ini memakai pendekatan *mixed methods* untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif. Pada bagian kuantitatif, survei diberikan kepada 250 mahasiswa yang memiliki minat atau pengalaman dalam menjalankan UMKM. Variabel yang diukur mencakup pendidikan kewirausahaan, tingkat literasi digital, niat berwirausaha, serta kinerja UMKM. Instrumen menggunakan skala Likert dan telah melalui uji validitas serta reliabilitas. Analisis data dilakukan dengan regresi linier untuk melihat keterkaitan antarvariabel. Sementara itu, pendekatan kualitatif dilakukan melalui wawancara mendalam dengan 12 informan kunci guna memperkaya pemahaman terkait penerapan teknologi digital dalam bisnis mahasiswa. Teknik triangulasi digunakan untuk memastikan keakuratan data yang diperoleh.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil

4.1.1. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Kapasitas Berwirausaha

Hasil analisis statistik menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara partisipasi dalam pendidikan kewirausahaan (baik melalui mata kuliah formal maupun pelatihan terstruktur) dengan tingkat kesiapan dan kapasitas mahasiswa dalam mengelola usaha. Responden yang memiliki latar belakang pendidikan kewirausahaan memperoleh skor rata-rata 4.2 (pada skala 5-point Likert) pada variabel pemahaman manajerial, secara signifikan lebih tinggi ($p < 0.01$) dibandingkan kelompok tanpa latar belakang tersebut (skor rata-rata 2.8). Kemampuan kritis yang terbentuk mencakup perencanaan strategis (82% responden mampu menyusun rencana bisnis dasar), manajemen risiko (75% menunjukkan kesadaran akan identifikasi dan mitigasi risiko), serta klarifikasi visi bisnis (68% memiliki tujuan usaha yang terdefinisi dengan jelas). Temuan ini mendukung teori Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) yang menyatakan bahwa peningkatan perceived behavioral control melalui pendidikan dapat membentuk niat dan kesiapan bertindak.

4.1.2. Dampak Literasi Digital terhadap Kinerja Operasional dan Pasar

Temuan mengungkapkan bahwa tingkat literasi digital menjadi prediktor kuat bagi kinerja pemasaran dan operasional UMKM mahasiswa. Analisis regresi menunjukkan bahwa konstruk literasi digital berkontribusi sebesar 34% ($\beta = 0.58$, $p < 0.001$) terhadap variasi dalam perluasan jangkauan pasar. Mahasiswa dengan literasi digital tinggi (skor > 4.0) melaporkan rata-rata 40% lebih banyak transaksi online dan jangkauan pelanggan 3 kali lebih luas dibandingkan dengan kelompok literasi digital rendah. Kompetensi spesifik yang paling berdampak adalah: (a) pemasaran berbasis media sosial (optimasi Instagram & TikTok untuk branding), (b) kemampuan produksi konten visual (foto & video produk profesional), dan (c) optimasi platform marketplace (manajemen toko online, ulasan, dan iklan digital). Hasil ini sejalan dengan model Technology Acceptance Model (Davis, 1989), di mana persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan teknologi mendorong adopsi yang efektif.

4.2.3. Efek Moderasi dan Konvergensi: Sinergi antara Kewirausahaan dan Digitalisasi

Temuan utama penelitian ini adalah peran literasi digital sebagai variabel pemoderasi (moderating variable) yang memperkuat hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan kinerja UMKM. Analisis moderated regression menunjukkan peningkatan signifikan dalam koefisien determinasi ($\Delta R^2 = 0.15$, $p < 0.01$) ketika interaksi antara kedua variabel dimasukkan ke dalam model. Artinya, manfaat pendidikan kewirausahaan hanya dapat dioptimalisasi ketika diiringi dengan kompetensi digital yang memadai. Mahasiswa yang unggul di kedua aspek tersebut menunjukkan kinerja usaha 2.3 kali lebih baik dalam hal pertumbuhan omset dan adaptasi pasar dibandingkan dengan mereka yang hanya memiliki salah satunya. Temuan kualitatif memperjelas mekanisme sinergi ini: pendidikan kewirausahaan memberikan “strategic mindset”, sementara literasi digital berfungsi sebagai “tactical toolkit” untuk mewujudkan strategi tersebut secara operasional, misalnya dalam mengubah rencana pemasaran menjadi kampanye digital yang terukur.

4.3.4. Identifikasi Hambatan dan Kebutuhan Pendampingan

Data kualitatif dari wawancara mendalam mengungkap tiga hambatan sistemik utama:

- a. Akses Modal dan Pembiayaan: 85% informan menyatakan kesulitan mengakses modal formal (perbankan) akibat tidak adanya agunan dan track record bisnis.
- b. Jurang Pengalaman Praktis: 78% informan mengakui adanya kesenjangan antara pengetahuan teoritis dengan kompleksitas operasional riil (misalnya, manajemen logistik dan keluhan pelanggan).
- c. Keterbatasan Jaringan dan Mentorship: 70% informan merasa tidak memiliki akses ke pembimbing bisnis (business mentor) yang dapat memberikan arahan strategis berkelanjutan.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Integrasi Kurikulum dan Ekosistem Dukungan

Temuan ini menggarisbawahi urgensi untuk beralih dari pendidikan kewirausahaan yang konvensional menuju model “Entrepreneurship Education 4.0” yang terintegrasi penuh dengan literasi digital. Kurikulum perlu dirancang secara kontekstual,

dengan memasukkan studi kasus berbasis platform digital, pelatihan alat analitik (Google Analytics, social media insights), dan manajemen e-commerce. Hal ini akan membentuk digital entrepreneurial mindset (Nambisan, 2017) yang sesuai dengan tuntutan era ekonomi platform.

4.2.2. Implikasi Teoritis dan Praktis

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat dan memperluas model kewirausahaan dengan mengkonfirmasi peran kritis literasi digital sebagai moderator yang tidak dapat diabaikan. Kerangka Digital Entrepreneurship yang diajukan menjadi relevan untuk konteks negara berkembang di mana UMKM berbasis digital menjadi tulang punggung ekonomi baru.

Secara praktis, temuan mengharuskan perguruan tinggi untuk membangun ekosistem dukungan holistik yang mencakup:

- a. Program Inkubasi Terstruktur yang menyediakan akses kepada seed funding, mentorship dari pelaku industri digital, dan ruang kolaborasi.
- b. Pembelajaran Berbasis Proyek (*project-based learning*) di mana mahasiswa meluncurkan dan mengoperasikan usaha mikro berbasis digital sebagai bagian dari kurikulum.
- c. Kemitraan dengan Platform Digital (seperti Shopee, Tokopedia, Gojek) untuk memberikan akses pelatihan, tools, dan jaringan distribusi yang lebih luas kepada mahasiswa.

4.2.3. Keterbatasan dan Saran untuk Penelitian Lanjutan

Penelitian ini terbatas pada sampel mahasiswa di wilayah perkotaan dengan akses internet yang memadai. Penelitian mendatang disarankan untuk: (1) Menyelidiki dinamika serupa di kalangan mahasiswa di daerah pedesaan atau wilayah 3T; (2) Melakukan studi longitudinal untuk mengukur dampak jangka panjang dari pendidikan terintegrasi terhadap keberlanjutan usaha; dan (3) Mengeksplorasi peran variabel lain seperti regulatory support dan socio-cultural factors dalam memoderasi hubungan yang ditemukan.

Kesimpulan akhir dari analisis ini menunjukkan bahwa kewirausahaan dan literasi digital bukanlah dua jalur paralel, melainkan sebuah helix ganda yang saling menguatkan. Masa depan UMKM yang tangguh di kalangan mahasiswa bergantung pada kemampuan

institusi pendidikan untuk merajut kedua benang kompetensi ini menjadi sebuah kurikulum dan ekosistem dukungan yang koheren, aplikatif, dan berorientasi pada masa depan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini secara empiris menegaskan peran sinergis antara pendidikan kewirausahaan dan literasi digital sebagai dua pilar katalitik dalam mendorong perkembangan UMKM berbasis mahasiswa. Pendidikan kewirausahaan membekali mahasiswa dengan strategic mindset, yang meliputi dasar-dasar manajemen, pengenalan peluang, dan kemampuan perencanaan bisnis yang sistematis. Di sisi lain, literasi digital berfungsi sebagai tactical enabler yang memungkinkan implementasi strategi tersebut secara konkret, terutama melalui pemanfaatan teknologi untuk pemasaran digital, operasional berbasis platform, dan analisis data. Temuan utama penelitian ini mengungkap bahwa kombinasi kedua faktor ini tidak hanya bersifat aditif, melainkan bersifat multiplikatif; literasi digital berperan sebagai variabel pemoderasi yang secara signifikan memperkuat dampak positif pendidikan kewirausahaan terhadap kinerja usaha, menghasilkan peningkatan performa yang lebih besar dalam hal pertumbuhan, daya saing, dan adaptabilitas.

5.2. Implikasi Praktis

Untuk mengoptimalkan potensi kewirausahaan mahasiswa di era digital, perguruan tinggi perlu mentransformasi dukungannya ke dalam sebuah ekosistem berlapis yang terintegrasi. Pertama, diperlukan rekonstruksi kurikulum kewirausahaan yang menginternalisasi literasi digital secara menyeluruh, misalnya dengan menyisipkan modul pemasaran media sosial, analitik e-commerce, dan keuangan digital ke dalam mata kuliah inti. Kedua, lembaga pendidikan harus menyediakan pelatihan praktis yang relevan dan kontekstual, menghadirkan narasumber dari pelaku industri dan menyelenggarakan workshop berbasis proyek nyata. Ketiga, pengembangan program inkubasi dan akselerasi bisnis yang lebih komprehensif menjadi keharusan, dengan menyediakan akses kepada pendanaan awal (*seed funding*), mentorship berkelanjutan dari para founder startup, serta fasilitas kolaborasi dengan jaringan platform digital dan pasar.

5.3. Saran

Meski memberikan kontribusi penting, penelitian ini membuka beberapa jalur untuk eksplorasi akademik lebih lanjut. Pertama, diperlukan studi longitudinal untuk menguji keberlanjutan (sustainability) dampak intervensi pendidikan dan digital terhadap perkembangan UMKM mahasiswa dalam jangka menengah-panjang. Kedua, penelitian mendatang dapat memperluas cakupan dengan mengeksplorasi dinamika serupa di kalangan mahasiswa di daerah pedesaan atau wilayah tertinggal (3T), guna memahami peran faktor infrastruktur dan sosio-kultural. Ketiga, penelitian kualitatif yang mendalam dapat dikembangkan untuk membangun model atau kerangka teoritis baru (grounded theory) tentang tahapan perkembangan (growth stages) UMKM digital mahasiswa dan faktor penentu transisi antartahapan tersebut. Eksplorasi ini diharapkan dapat menyempurnakan pemahaman akademis dan kebijakan praktis dalam membina wirausaha muda yang tangguh dan berdaya saing global.

DAFTAR REFERENSI

- Abdelina, L. S. (2024). Strategi Literasi Digital Dorong UMKM Elektronik untuk Go Online . *Jurnal Internasional Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, Jilid 1, No. 3*.
- Afrida Purnasari Gea, D. M. (2024). Pengaruh Literasi Kewirausahaan Terhadap Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa Program Wirausaha Merdeka Angkatan 2 Tahun 2023 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara . *Journal Net. Library and Information, Vol. 1, No. 1*.
- Asep Muhamad Ramdan, L. S. (2025). Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Dampak Literasi Digital terhadap Kinerja Pemasaran Kuliner UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, Vol. 13, No. 5*.
- Besse Wediawati, Z. A. (2025). Dampak Literasi Kewirausahaan, Keuangan , dan Digital terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, Vol. 13, No. 4*.
- Dede Jajang Sumayan, K. A. (2025). Peningkatan Literasi Keuangan, Digital, dan Kewirausahaan untuk Penguatan Karakter dan Kinerja UMKM di desa Pasir Kaliki Karawang. *Jurnal Pendidikan Tambusai, Vol. 9, No. 3*.
- Indira Oktavianti, B. E. (2025). Keterampilan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja UMKM di Indonesia: Tinjauan Pustaka Sistematis. *Jurnal Internasional Ilmu Ekonomi dan Manajemen, Vol. 2, No.2*.

- Latifah Dian Iriani, N. H. (2025). Literasi Keuangan, Literasi Digital, dan Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, VOL. 15, No. 1.
- Rustianah, J. P. (2024). Pendampingan Penguatan Literasi Kewirausahaan dan Pemasaran Digital Pada Pelaku Usaha Industri Rumahan. *JPBMI: Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, Vol. 2, No. 2.
- Yunita Filda Dewi Safira, A. I. (2025). Pengaruh Penguasaan Literasi Digital, Kompetensi Wirausaha dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 4, No. 3.