

PERAN LITERASI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN KESIAPAN BERWIRSAUSAHA MAHASISWA DI ERA EKONOMI KREATIF

Ulfa Ulaika Zahara Masyrin¹ Arsyia Putri Charnova² Zetri Rahmat³

^{1,2} Tabiyah dan Keguruan/Pendidikan Ekonomi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia

^{1.} Ulfa2552@gmail.com ^{2.} arsyaputri466@gmail.com ^{3.} zetri.rahmat@uin-suska.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk bidang kewirausahaan dan ekonomi kreatif. Mahasiswa sebagai generasi muda memiliki peran strategis dalam pengembangan ekonomi kreatif, namun kesiapan berwirausaha mereka masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu faktor penting yang memengaruhi kesiapan tersebut adalah literasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran literasi digital dalam meningkatkan kesiapan berwirausaha mahasiswa di era ekonomi kreatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *literature review* terhadap berbagai jurnal nasional dan internasional yang relevan dengan topik literasi digital, kewirausahaan mahasiswa, dan ekonomi kreatif. Hasil kajian menunjukkan bahwa literasi digital berperan signifikan dalam meningkatkan kesiapan berwirausaha mahasiswa, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui penguatan *entrepreneurial self-efficacy*, kreativitas, dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan teknologi. Literasi digital memungkinkan mahasiswa untuk mengidentifikasi peluang usaha, mengembangkan inovasi produk, serta memanfaatkan platform digital sebagai sarana pemasaran dan pengelolaan usaha. Selain itu, integrasi literasi digital dalam pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi terbukti memperkuat kesiapan mahasiswa dalam menghadapi tantangan ekonomi kreatif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi digital merupakan faktor kunci dalam membangun kesiapan berwirausaha mahasiswa, sehingga perlu diintegrasikan secara sistematis dalam kurikulum dan ekosistem pendidikan tinggi guna mendukung pengembangan wirausaha muda yang mandiri dan berdaya saing.

Kata kunci: literasi digital, kesiapan berwirausaha, mahasiswa, ekonomi kreatif, kewirausahaan.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mereformulasi cara individu mengakses informasi, berkomunikasi, dan melakukan kegiatan ekonomi. Di level makro, transformasi digital mendorong lahirnya model bisnis baru, memperluas pasar, dan mengubah struktur

industri — yang secara khusus memberi peluang besar bagi sektor ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif menempatkan ide, kreativitas, dan inovasi sebagai komoditas utama; dalam konteks inilah kapasitas mahasiswa sebagai calon pelaku usaha menjadi sangat penting. Kesiapan dan kesediaan mahasiswa untuk berwirausaha dalam era ekonomi kreatif tidak hanya bergantung pada pengetahuan kewirausahaan tradisional, tetapi juga pada kemampuan memanfaatkan teknologi digital secara efektif — yang oleh literatur disebut sebagai *literasi digital*. Literasi digital dipahami lebih dari sekadar kemampuan teknis menggunakan perangkat digital; ia meliputi kemampuan menemukan, mengevaluasi, memproduksi, dan memanfaatkan informasi digital secara kritis dan etis untuk mencapai tujuan tertentu — termasuk tujuan kewirausahaan. Dalam konteks pendidikan tinggi, literasi digital juga mencakup pemahaman tentang pemasaran digital, e-commerce, analitik sederhana, manajemen media sosial, serta kemampuan memanfaatkan platform dan jaringan digital untuk kolaborasi, inovasi produk, dan penetrasi pasar. Studi-studi empiris di Indonesia menemukan bahwa literasi digital berkorelasi positif dengan niat berwirausaha, kompetensi kewirausahaan, dan kemampuan pemasaran digital di kalangan mahasiswa; literatur ini menegaskan bahwa penguasaan literasi digital memperbesar kemungkinan mahasiswa untuk memulai dan mengelola usaha berbasis kreativitas. Sejalan dengan temuan tersebut, beberapa penelitian kuantitatif dan kajian sistematis menegaskan peran literasi digital sebagai *moderator* atau *mediator* yang meningkatkan efektivitas pendidikan kewirausahaan. Artinya, keberadaan mata kuliah kewirausahaan atau program pelatihan yang baik akan lebih efektif apabila diiringi dengan kecakapan digital yang memadai. Penelitian terbaru bahkan menunjukkan bahwa digital literacy dapat memperkuat *entrepreneurial self-efficacy* (keyakinan diri untuk berwirausaha) serta memfasilitasi transformasi ide kreatif menjadi produk dan layanan yang dapat dipasarkan secara digital. Dengan kata lain, literasi digital bukan hanya menambah pengetahuan teknis, tetapi juga memperkuat sikap, motivasi, dan kemampuan operasional yang diperlukan untuk memasuki pasar ekonomi kreatif.

Di Indonesia, urgensi pengembangan literasi digital pada mahasiswa semakin mendesak karena beberapa alasan kontekstual. Pertama, penetrasi internet dan penggunaan platform digital oleh generasi muda terus meningkat — membuka peluang pasar yang luas namun juga meningkatkan kompetisi. Kedua, rendahnya tingkat penyerapan lulusan perguruan tinggi di pasar kerja formal mendorong kebutuhan alternatif berupa kewirausahaan sebagai jalur penciptaan lapangan kerja mandiri. Ketiga, sektor ekonomi kreatif di Indonesia memiliki potensi besar namun seringkali terhambat oleh keterbatasan akses pengetahuan pemasaran

digital, manajemen usaha berbasis teknologi, dan jaringan kolaborasi yang efektif. Oleh karena itu, literasi digital dapat berfungsi sebagai pengungkit (*enabler*) yang menghubungkan modal kreativitas mahasiswa dengan mekanisme pasar digital sehingga menghasilkan usaha yang berdaya saing. Meski demikian, literatur juga mencatat adanya tantangan dan *gap* implementatif. Pertama, kualitas literasi digital antar mahasiswa bersifat heterogen; tidak semua institusi pendidikan tinggi menyediakan kurikulum atau fasilitas yang memadai untuk mengembangkan kemampuan digital yang relevan dengan kewirausahaan. Kedua, banyak program kewirausahaan masih berorientasi pada aspek teori dan kewirausahaan tradisional (mis. rencana usaha sederhana, manajemen dasar), sementara aspek penting seperti strategi digital marketing, desain pengalaman pengguna (UX), manajemen platform e-commerce, dan analisis data seringkali kurang mendapat porsi. Ketiga, hambatan eksternal seperti keterbatasan akses modal, regulasi digital yang belum ramah bagi startup mikro, dan ketimpangan infrastruktur digital di berbagai wilayah juga menjadi faktor yang mengurangi efektivitas literasi digital dalam menghasilkan kesiapan wirausaha yang nyata. Kajian-kajian sistematis menyarankan intervensi terpadu yang menggabungkan pendidikan kewirausahaan, pelatihan literasi digital praktis, serta pendampingan usaha (*mentoring*) berbasis digital untuk menutup kesenjangan ini. Dari perspektif pedagogis, integrasi literasi digital ke dalam kurikulum kewirausahaan perlu dirancang secara kontekstual dan konvergen dengan kebutuhan ekonomi kreatif.

Model pembelajaran aktif yang mengedepankan *experiential learning*, proyek nyata berbasis platform digital, inkubasi kampus, dan kolaborasi lintas disiplin dinilai efektif untuk mengasah kemampuan mahasiswa — mulai dari penciptaan ide, validasi pasar digital, hingga pengelolaan usaha digital skala kecil. Beberapa studi menyarankan pula pendekatan pembelajaran yang memadukan modul teknis (mis. penggunaan alat pemasaran digital, dasar SEO, analitik media sosial) dengan pengembangan *soft skills* (kreativitas, komunikasi digital, etika digital), sebab keduanya saling melengkapi dalam konteks ekonomi kreatif. Selain aspek kurikulum dan pedagogi, literatur juga menyoroti peran ekosistem kampus dan kebijakan publik. Universitas dan pengelola program kewirausahaan dapat memperkuat kesiapan mahasiswa dengan membangun akses ke tools digital, menyediakan program pendanaan awal (*seed funding*), menjalin kemitraan industri kreatif, serta memfasilitasi akses pasar melalui pameran digital dan platform e-marketplace. Kebijakan pemerintah yang mendukung inklusi digital, pelatihan kewirausahaan berbasis teknologi, serta regulasi yang memudahkan UMKM

dan startup kreatif untuk bertransaksi secara digital, akan mempercepat dampak literasi digital terhadap peningkatan kesiapan berwirausaha generasi muda. Bukti dari beberapa program pendampingan menunjukkan bahwa intervensi holistik yang melibatkan aktor kampus, industri, dan pemerintah cenderung menghasilkan outcome kewirausahaan yang lebih sustainable.

Berdasarkan tinjauan literatur tersebut, muncul beberapa pertanyaan penelitian yang relevan untuk dijawab secara empiris: sejauh mana tingkat literasi digital mahasiswa memengaruhi kesiapan berwirausaha dalam ranah ekonomi kreatif? Variabel apa saja (mis. literasi kewirausahaan, akses modal, dukungan kampus, pengalaman praktis) yang memoderasi atau memediasi hubungan tersebut? Dan model intervensi pembelajaran apa yang paling efektif untuk mengintegrasikan literasi digital ke dalam ekosistem kewirausahaan kampus? Mengingat literatur menunjukkan korelasi positif tetapi juga heterogenitas hasil, diperlukan penelitian lebih lanjut yang mengkombinasikan analisis kuantitatif (mis. uji pengaruh dan mediasi) dengan studi kualitatif (mis. studi kasus inkubasi kreatif) untuk memberikan rekomendasi kebijakan dan praktik pendidikan tinggi yang berbasis bukti.

KAJIAN TEORI

Konsep Literasi Digital

Literasi digital merupakan konsep multidimensional yang berkembang seiring pesatnya transformasi teknologi informasi dan komunikasi. Pada awalnya, literasi digital dipahami sebagai kemampuan dasar menggunakan perangkat teknologi seperti komputer dan internet. Namun, seiring kompleksitas ekosistem digital, literasi digital kini mencakup kemampuan kognitif, teknis, sosial, dan etis dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, memproduksi, serta mendistribusikan informasi melalui media digital secara bertanggung jawab. Gilster menyatakan bahwa literasi digital adalah kemampuan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital secara efektif. Pandangan ini diperkuat oleh Belshaw yang menekankan bahwa literasi digital tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mencakup aspek kritis, kreatif, dan reflektif dalam penggunaan teknologi digital.

Dalam konteks pendidikan tinggi, literasi digital mahasiswa mencakup penguasaan keterampilan pencarian informasi digital, evaluasi kredibilitas sumber, pemanfaatan media sosial secara produktif, penggunaan platform pembelajaran dan bisnis digital, serta pemahaman etika digital. Literasi digital menjadi kompetensi esensial bagi mahasiswa karena berperan dalam meningkatkan kualitas pembelajaran, kemampuan berpikir kritis, serta kesiapan

menghadapi tantangan dunia kerja dan kewirausahaan. Mahasiswa dengan tingkat literasi digital yang baik cenderung lebih adaptif terhadap perubahan teknologi dan lebih siap memanfaatkan peluang ekonomi berbasis digital.

Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa

Kesiapan berwirausaha merujuk pada kondisi psikologis, pengetahuan, keterampilan, dan sikap individu yang memungkinkan seseorang untuk memulai dan mengelola usaha secara mandiri. Konsep ini mencakup beberapa dimensi utama, antara lain pengetahuan kewirausahaan, keterampilan manajerial, kepercayaan diri (self-efficacy), motivasi berwirausaha, kemampuan mengambil risiko, serta kesiapan menghadapi ketidakpastian. Dalam konteks mahasiswa, kesiapan berwirausaha dipengaruhi oleh pengalaman belajar, lingkungan akademik, dukungan sosial, serta akses terhadap sumber daya. Teori Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen sering digunakan untuk menjelaskan kesiapan dan niat berwirausaha. Teori ini menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks kewirausahaan, mahasiswa yang memiliki sikap positif terhadap wirausaha, dukungan lingkungan, serta keyakinan akan kemampuan dirinya cenderung memiliki kesiapan berwirausaha yang lebih tinggi. Literasi digital dapat memperkuat ketiga komponen tersebut dengan menyediakan akses informasi, jejaring sosial, dan sarana aktualisasi ide usaha.

Ekonomi Kreatif dan Karakteristiknya

Ekonomi kreatif merupakan sistem ekonomi yang bertumpu pada kreativitas, inovasi, ide, dan pengetahuan sebagai sumber nilai tambah utama. Sektor ekonomi kreatif mencakup berbagai bidang seperti kuliner, fashion, kriya, desain, musik, film, aplikasi digital, dan konten kreatif. Karakteristik utama ekonomi kreatif adalah ketergantungan pada inovasi berkelanjutan, pemanfaatan teknologi digital, serta kemampuan membangun jejaring dan branding. Bagi mahasiswa, ekonomi kreatif menawarkan peluang besar untuk berwirausaha karena hambatan masuk yang relatif rendah, fleksibilitas model bisnis, serta dukungan platform digital yang memungkinkan pemasaran dan distribusi produk secara luas. Namun, peluang tersebut hanya dapat dimanfaatkan secara optimal apabila mahasiswa memiliki literasi digital yang memadai. Tanpa kemampuan memahami ekosistem digital, mahasiswa akan kesulitan memasarkan produk, menjangkau konsumen, dan bersaing di pasar kreatif yang dinamis.

Literasi Digital dalam Perspektif Kewirausahaan

Dalam perspektif kewirausahaan, literasi digital berfungsi sebagai modal intelektual dan modal sosial yang mendukung proses penciptaan usaha. Literasi digital memungkinkan mahasiswa untuk mengidentifikasi peluang pasar melalui analisis tren digital, mengembangkan produk berbasis teknologi, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan konsumen. Selain itu, literasi digital juga mendukung efisiensi operasional usaha melalui penggunaan aplikasi keuangan digital, marketplace, dan sistem manajemen berbasis cloud.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan jenis penelitian studi literatur, di mana peneliti memanfaatkan berbagai buku, jurnal, dan sumber bacaan lainnya untuk mendukung pengumpulan data. Proses analisis data melibatkan pengamatan dan penilaian mendalam terhadap sumber-sumber bacaan tersebut untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif. Langkah ini dianggap penting untuk memperkuat hasil penelitian. Subjek utama dalam penelitian ini mencakup e-jurnal, e-book, dan buku-buku pendukung lainnya. Proses analisis data dilakukan dengan cara mengevaluasi studi pustaka, termasuk buku dan jurnal yang berfungsi sebagai referensi penting dalam penelitian ini. Analisis ini bertujuan untuk menggali informasi yang relevan dan mendalam dari sumber-sumber tersebut untuk mendukung temuan penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil telaah terhadap berbagai sumber pustaka yang relevan, baik jurnal nasional maupun internasional, ditemukan bahwa literasi digital memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kesiapan berwirausaha mahasiswa, khususnya dalam konteks ekonomi kreatif. Mayoritas penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa dengan tingkat literasi digital yang baik cenderung memiliki kesiapan berwirausaha yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa dengan literasi digital rendah. Kesiapan tersebut tercermin dalam aspek pengetahuan kewirausahaan, keterampilan pengelolaan usaha, kepercayaan diri, serta kemampuan memanfaatkan peluang bisnis berbasis teknologi digital.

Penelitian oleh Hendrawan et al. (2019) dan Aprilia & Suryana (2021) menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif terhadap kompetensi dan minat berwirausaha mahasiswa. Temuan ini sejalan dengan studi Nguyen dan Phan (2020) yang menyatakan bahwa digital literacy merupakan prediktor penting bagi entrepreneurial intention mahasiswa di pendidikan tinggi. Hasil-hasil tersebut mengindikasikan bahwa literasi digital tidak hanya berfungsi sebagai keterampilan tambahan, tetapi telah menjadi kompetensi inti dalam proses pembentukan kesiapan berwirausaha mahasiswa.

Hasil kajian pustaka menunjukkan bahwa literasi digital berkontribusi langsung terhadap kesiapan berwirausaha mahasiswa melalui peningkatan kemampuan teknis dan kognitif. Mahasiswa yang menguasai literasi digital mampu mengakses informasi pasar, mempelajari tren bisnis kreatif, serta memanfaatkan platform digital untuk perencanaan dan pengelolaan usaha. Hal ini memperkuat kesiapan mahasiswa dalam menghadapi tantangan dunia usaha yang dinamis dan berbasis teknologi.

Penelitian Prasetyo (2020) menegaskan bahwa literasi digital meningkatkan kesiapan kerja dan kesiapan berwirausaha mahasiswa karena memberikan kemampuan adaptasi terhadap perubahan teknologi. Dalam konteks ekonomi kreatif, kemampuan adaptif ini menjadi sangat penting karena karakteristik pasar yang cepat berubah dan sangat dipengaruhi oleh tren digital. Mahasiswa yang literat digital cenderung lebih siap mengambil keputusan bisnis, memahami perilaku konsumen digital, serta mengembangkan strategi pemasaran berbasis media sosial dan e-commerce.

Hasil kajian menunjukkan bahwa literasi digital juga berperan dalam meningkatkan entrepreneurial self-efficacy mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki pengalaman menggunakan teknologi digital untuk kegiatan produktif, seperti membuat konten promosi, mengelola toko daring, atau memanfaatkan media sosial untuk branding, menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam menjalankan usaha. Hal ini sejalan dengan teori self-efficacy Bandura yang menyatakan bahwa pengalaman keberhasilan akan meningkatkan keyakinan individu terhadap kemampuannya.

Sari dan Amalia (2022) menemukan bahwa literasi digital tidak hanya berpengaruh langsung terhadap kesiapan berwirausaha, tetapi juga melalui peningkatan kepercayaan diri mahasiswa dalam memulai usaha. Dengan literasi digital yang baik, mahasiswa merasa lebih mampu mengontrol proses bisnis, mengurangi ketergantungan pada pihak lain, serta mengelola risiko usaha secara lebih terukur. Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa literasi digital

merupakan faktor psikologis sekaligus teknis dalam membangun kesiapan berwirausaha. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa literasi digital berfungsi sebagai *enabler* utama dalam kewirausahaan mahasiswa di era ekonomi kreatif. Mahasiswa yang literat digital mampu memanfaatkan teknologi sebagai alat penciptaan nilai tambah, mulai dari tahap ideasi, produksi, hingga pemasaran. Dalam ekonomi kreatif, teknologi digital memungkinkan mahasiswa untuk menciptakan produk berbasis kreativitas dengan biaya relatif rendah dan jangkauan pasar yang luas.

Laporan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2021) menegaskan bahwa pertumbuhan ekonomi kreatif sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital. Hal ini relevan dengan temuan Badan Ekonomi Kreatif (2019) yang menyebutkan bahwa digitalisasi menjadi faktor kunci daya saing usaha kreatif. Oleh karena itu, mahasiswa sebagai calon pelaku ekonomi kreatif perlu dibekali literasi digital agar mampu berpartisipasi aktif dan kompetitif dalam ekosistem tersebut.

Hasil kajian menunjukkan bahwa perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam mengembangkan literasi digital mahasiswa sebagai fondasi kesiapan berwirausaha. Integrasi literasi digital ke dalam kurikulum kewirausahaan terbukti meningkatkan efektivitas pembelajaran kewirausahaan. Model pembelajaran berbasis proyek dan *experiential learning* yang memanfaatkan teknologi digital memberikan pengalaman nyata kepada mahasiswa dalam mengelola usaha kreatif.

Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (2020) menekankan pentingnya pendidikan kewirausahaan berbasis praktik dan teknologi digital di perguruan tinggi. Penelitian Astuti dan Martdianty (2020) juga menunjukkan bahwa pendekatan digital entrepreneurship dalam pendidikan tinggi mampu meningkatkan kesiapan mahasiswa untuk berwirausaha secara mandiri. Dengan demikian, hasil kajian ini memperkuat pandangan bahwa literasi digital harus menjadi bagian integral dari strategi pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi. Meskipun literasi digital memiliki peran penting, hasil kajian pustaka juga mengungkap berbagai tantangan dalam implementasinya. Tidak semua mahasiswa memiliki tingkat literasi digital yang merata, terutama dalam aspek pemanfaatan teknologi untuk tujuan produktif dan bisnis. Widodo dan Nursaptini (2020) mencatat bahwa masih banyak mahasiswa yang menggunakan teknologi digital sebatas untuk hiburan dan komunikasi, belum optimal untuk pengembangan usaha.

Selain itu, keterbatasan fasilitas, kurangnya pendampingan usaha digital, serta minimnya kolaborasi dengan industri kreatif menjadi faktor penghambat optimalisasi literasi digital. Tantangan ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital perlu diikuti dengan penguatan ekosistem kewirausahaan kampus agar kesiapan berwirausaha mahasiswa dapat terwujud secara nyata. Secara teoretis, hasil dan pembahasan ini memperkuat teori Planned Behavior dan teori self-efficacy dalam menjelaskan kesiapan berwirausaha mahasiswa. Literasi digital terbukti berkontribusi dalam membentuk sikap positif, meningkatkan persepsi kontrol perilaku, serta memperkuat keyakinan diri mahasiswa terhadap kewirausahaan. Dengan demikian, literasi digital dapat diposisikan sebagai variabel strategis dalam model kesiapan berwirausaha mahasiswa. Secara praktis, hasil kajian ini memberikan implikasi bagi perguruan tinggi dan pembuat kebijakan untuk merancang program pendidikan kewirausahaan yang terintegrasi dengan pengembangan literasi digital. Pelatihan pemasaran digital, e-commerce, dan pengelolaan bisnis berbasis teknologi perlu diperkuat agar mahasiswa siap menjadi pelaku ekonomi kreatif yang mandiri dan berdaya saing.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian literatur dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa literasi digital memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kesiapan berwirausaha mahasiswa di era ekonomi kreatif. Literasi digital tidak hanya berfungsi sebagai kemampuan teknis dalam menggunakan perangkat dan media digital, tetapi juga mencakup kemampuan berpikir kritis, kreatif, dan strategis dalam memanfaatkan teknologi untuk kegiatan kewirausahaan. Mahasiswa dengan tingkat literasi digital yang baik cenderung memiliki kesiapan berwirausaha yang lebih tinggi, baik dari aspek pengetahuan, keterampilan, kepercayaan diri, maupun kemampuan mengelola risiko usaha. Literasi digital terbukti berkontribusi dalam memperkuat entrepreneurial self-efficacy mahasiswa. Penguasaan teknologi digital memberikan pengalaman dan rasa percaya diri bagi mahasiswa dalam memulai dan mengelola usaha, khususnya usaha berbasis ekonomi kreatif yang sangat bergantung pada inovasi dan pemanfaatan platform digital. Dengan literasi digital yang memadai, mahasiswa mampu mengidentifikasi peluang bisnis, mengembangkan produk kreatif, serta memasarkan produk secara lebih efektif melalui media digital dan e-commerce.

Selain itu, kajian ini menegaskan bahwa perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam mengembangkan literasi digital sebagai bagian integral dari pendidikan kewirausahaan.

Integrasi literasi digital ke dalam kurikulum, penerapan pembelajaran berbasis proyek, serta dukungan ekosistem kewirausahaan kampus dapat meningkatkan kesiapan mahasiswa untuk menjadi wirausaha mandiri. Namun demikian, masih terdapat tantangan berupa ketimpangan tingkat literasi digital mahasiswa, keterbatasan fasilitas, serta kurangnya pendampingan usaha berbasis digital yang perlu menjadi perhatian bersama. Secara keseluruhan, literasi digital merupakan faktor kunci yang dapat mendorong kesiapan berwirausaha mahasiswa dan mendukung pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Oleh karena itu, upaya peningkatan literasi digital perlu dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan melalui sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah, dan pelaku industri kreatif agar mahasiswa tidak hanya siap kerja, tetapi juga siap menciptakan lapangan kerja di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Q., Budiarto, M., Putra, P. O. H., & Rahardja, U. (2020). Exploring e-learning challenges during the global COVID-19 pandemic: A review. *Journal of Information System and Technology Management*, 17(1), 1–12. <https://doi.org/10.4301/S1807-1775202017001>
- Alma, B. (2018). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Aprilia, N., & Suryana. (2021). Pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(2), 95–104. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Astuti, R. T., & Martdianty, F. (2020). Digital entrepreneurship: Transformasi kewirausahaan di era industri 4.0. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 329–339. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim>
- Badan Ekonomi Kreatif. (2019). *Opus Ekonomi Kreatif 2019*. Jakarta: BEKRAF.
- Belshaw, D. (2014). *The Essential Elements of Digital Literacies*. London: Self-published.
- Buckingham, D. (2015). Defining digital literacy—What do young people need to know about digital media? *Nordic Journal of Digital Literacy*, 10(4), 21–34.
- Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. (2020). *Panduan Implementasi Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Jakarta: Kemendikbud.
- Fitriyani, Y., Fauzi, I., & Sari, M. Z. (2020). Motivasi belajar mahasiswa pada pembelajaran daring selama pandemi Covid-19. *Profesi Pendidikan Dasar*, 7(1), 121–132. <https://journals.ums.ac.id/index.php/ppd>
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., & Rayendra, A. (2019). Pengaruh literasi digital terhadap kompetensi kewirausahaan mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(2), 75–84. <https://ejournal.stiedewantara.ac.id>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). *Laporan Kinerja Ekonomi Kreatif Indonesia*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi media digital mahasiswa Universitas

- Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Komunikator*, 8(2), 51–66.
<https://journal.umy.ac.id/index.php/jkm>
- Nguyen, T. T., & Phan, H. T. T. (2020). Digital literacy and entrepreneurial intention: A study of university students. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 13(3), 124–137.
- OECD. (2019). *OECD Skills Outlook 2019: Thriving in a Digital World*. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/df80bc12-en>
- Prasetyo, P. E. (2020). Literasi digital dan kesiapan kerja mahasiswa di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Economia*, 16(1), 1–15. <https://journal.uny.ac.id/index.php/economia>
- Rachmadi, T. (2020). *The Power of Digital Entrepreneurship*. Jakarta: Tiga Ebook.
- Sari, D. P., & Amalia, R. (2022). Peran literasi digital dalam meningkatkan kesiapan berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Indonesia*, 7(1), 45–56.
<https://journal.ipb.ac.id>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2017). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Widodo, S., & Nursaptini. (2020). Problematika literasi digital di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 4(2), 128–135.
- World Economic Forum. (2020). *The Future of Jobs Report 2020*. Geneva: WEF.
- Yusup, P. M., & Subekti, P. (2021). Literasi informasi dan literasi digital dalam konteks pendidikan tinggi. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 9(1), 1–14.
<https://jurnal.unpad.ac.id/ikip>