AJCE (Aceh Journal of Community Engagement)
e-ISSN: 2961-8444
journal.umuslim.ac.id/index.php/ajce
Vol 5 No 3 (December 2026), pp. 26 - 33

Edukasi Literasi Digital Dalam Pengembangan Wirausaha Mahasiswa Universitas Islam Kebangsaan Indonesia (UNIKI) Bireuen - Aceh

Juanda Juanda[1*], T. Irfan Fajri[2], Ferri Yanto[3], Mahyu Danil[3], Rahmad Hidayat[4], Irham[5]

[1] Dosen Teknik Sipil Universitas Islam Kebangsaan Indonesia (UNIKI Bireuen - Aceh
[2] Dosen FKOM Universitas Islam Kebangsaan Indonesia (UNIKI Bireuen - Aceh
[3] Dosen Manajemen FEB Universitas Islam Kebangsaan Indonesia (UNIKI Bireuen - Aceh
[4] Dosen Penjas FKIP Universitas Islam Kebangsaan Indonesia (UNIKI Bireuen – Aceh
[5] Mahasiswa Universitas Islam Kebangsaan Indonesia (UNIKI Bireuen - Aceh

[*]*Corresponding author: Juanda, email: juandaa1202@gmail.com

DOI: 10.51179/ajce.v5i3.3944

Article history

Received:
November 6, 2026

Revised:
November 9, 2026

Accepted:
Dec 3, 2026

Key Word:
education, digital literacy, entrepreneurship

© 2026 Oleh *authors. Aceh Journal of Community Engagement (AJCE)*. Artikel ini bersifat open access yang didistri-busikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

ABSTRACT*: Digital literacy has become increasingly vital in today's digital era, as digital technology permeates nearly every aspect of daily life and serves as a key to participating effectively in a technology-driven society and economy. In this era of digital disruption, many university graduates face challenges in preparing for the professional world—whether as employees or entrepreneurs. Consequently, the objective of this educational initiative is to provide specific knowledge and skills for leveraging digital technology in entrepreneurship. The program involved 20 students from UNIKI and was conducted over a full day, incorporating lectures, discussions, and practical exercises. The program was structured into three primary phases—preparation, implementation, and evaluation—designed to offer a comprehensive learning experience. This community service initiative resulted in significant improvements in the participants' understanding of how to effectively utilize digital technology and develop business plans.*

ABSTRAK: Literasi digital menjadi semakin penting dalam era digital saat ini di mana teknologi digital meresap ke dalam hampir setiap aspek kehidupan sehari-hari dan menjadi kunci untuk berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat dan ekonomi yang didorong oleh teknologi. Di era disrupsi digital, banyak lulusan perguruan tinggi yang menghadapi tantangan dalam mempersiapkan diri memasuki dunia profesional, baik sebagai karyawan maupun sebagai wirausaha. Maka tujuan edukasi untuk memmberi pengetahuan dan keterampilan khusus memanfaatkan teknologi digital dalam berwirausaha. Peserta edukasi, sejumlah 20 mahasiswa di lingkungan UNIKI. Dimana edukasi dilaksanakan sehari penuh dengan pemberian materi, diskusi dan praktik. Pelaksanaan program ini dibagi menjadi tiga fase utama, dirancang untuk memberikan pengalaman belajar yang komprehensif. Yakni tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Dengan kegiatan pengabdian ini terjadi perubahan atau peningkatan terbesar dari aspek pemahaman, cara memanfaatkan teknologi digital yang efektif, penyusunan rencana bisnis, yang signifikans.

PENDAHULUAN

Minat berwirausaha pada mahasiswa saat ini menunjukkan peningkatan seiring dengan berkembangan teknologi komputerisasi. Mahasiswa yang juga masuk dalam Generasi Z, yang tumbuh dalam lingkungan digital, cenderung lebih cepat beradaptasi dengan berbagai *platform online* dan lebih berani mengeksplorasi peluang bisnis berbasis teknologi (Meiriasari *et al*., 2024). Pembangunan karakter wirausaha di era digital

e-ISSN: 2961-8444
Vol 5 No 3, Desember 2026

atau dalam istilah generasi millenial, maka *start-up digital* dapat mendorong kemampuan untuk menganalisis masalah dengan kreatifitas berbasis nilai ekonomi dengan menggunakan teknologi.

Era digitalisasi memang menyediakan kemudahan memperoleh informasi juga membuka ruang baru bagi aktivitas bisnis dan komunikasi, terutama pada sektor kewirausahaan. Kita kenal platform digital *marketplace*, *e-commerce*, TikTok, dan media sosial lainnya, memberi peluang bagi seseorang berkemampuan dalam literasi digital untuk memulai usaha menjadi semakin terbuka dengan memanfaatkan teknologi secara efektif (Julqaidah *et al*., 2024).

Generasi muda (khususnya mahasiswa) harus menjadi pengguna teknologi dan pendiri *startup digital*. Istilah *startup* sering dikaitkan dengan bisnis yang baru didirikan atau baru berkembang, ini biasanya merujuk pada bisnis yang belum lama beroperasi dan sama dengan bisnis teknologi (Hasibuan *et al*., 2023).

Dalam konteks tersebut, literasi digital memegang peran penting sebagai keterampilan dasar mengakses, mengolah, serta menggunakan informasi berbasis teknologi secara bertanggung jawab (Sunuantari dalam Sembiring *et al*., 2026). Bagi mahasiswa, kemampuan ini tidak hanya berfungsi untuk menunjang kegiatan akademik, tetapi juga menjadi modal awal dalam mengenali peluang usaha baru, mengembangkan ide kreatif, dan beradaptasi dengan dinamika ekonomi digital (Fernando, 2022), dalam wacana *entrepreneurship* atau wirausaha.

Literasi digital merujuk pada kemampuan seseorang untuk menggunakan teknologi digital secara efektif, termasuk pemahaman tentang bagaimana teknologi tersebut berfungsi, kemampuan untuk mengevaluasi dan memahami informasi digital, serta keahlian dalam berinteraksi dengan perangkat dan platform digital untuk tujuan tertentu seperti komunikasi, pencarian informasi, dan kreasi konten. Ini mencakup pemahaman tentang konsep dasar teknologi digital, keamanan online, hak cipta, privasi data, serta kemampuan untuk memecahkan masalah dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang cepat (Lestari, Juliati, Tusita, 2025).

Literasi digital menjadi semakin penting dalam era digital saat ini di mana teknologi digital meresap ke dalam hampir setiap aspek kehidupan sehari-hari dan menjadi kunci untuk berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat dan ekonomi yang didorong oleh teknologi.

Literasi digital adalah sebuah kemampuan seseorang untuk faham dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi secara efektif sampai menciptakan informasi terbaru. Suatu usaha mampu menyusun strategi untuk mengefisiensikan kegiatan bisnis melalui pemanfaatan ini akan dapat optimal dan efesien untuk kegiatan bisnis, peningkatan kepuasan pelanggan, dan menghadirkan produk atau layanan yang memenuhi permintaan pasar saat ini (Julqaidah *et al.*, 2024).

Dukungan era digital telah mengubah *lanskap* dunia kerja secara fundamental. Perkembangan teknologi yang sedang viral, seperti kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence: AI*), *Internet of Things* (IoT), dan *big data* tidak hanya mempermudah aktivitas manusia, tetapi juga menggeser paradigma ketenagakerjaan. Sampai prediksi Kepala BRIN menyatakan keahlian yang utama tahun 2030 nanti adalah *big data* dan *AI* menduduki peringkat pertama.

Tantangan utama di era ini adalah adanya ketidakseimbangan (*mismatch*) antara bekal keterampilan lulusan perguruan tinggi dengan kebutuhan industri yang semakin terdigitalisasi (Agustina *et al*. 2023). Kendati demikian, transformasi digital ini telah juga membuka peluang karier baru yang menjanjikan. Profesi seperti *data analyst, social media specialist, digital marketer*, hingga pengelola *e-commerce* kini memiliki permintaan yang sangat tinggi di pasar tenaga kerja. Sayangnya, peluang strategis ini hanya dapat diakomodasi oleh individu yang memiliki literasi digital yang mumpuni, adaptabilitas tinggi, serta komitmen terhadap pembelajaran sepanjang hayat (*lifelong learning*).

Oleh karena itu, mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z dituntut untuk tidak bersikap pasif, tetapi harus secara sadar mempersiapkan diri melalui penguasaan teknologi, pengembangan keterampilan relevan, dan pembentukan mentalitas kerja yang adaptif (Sari *et al*. 2025).

e-ISSN: 2961-8444
Vol 5 No 3, Desember 2026

Di era disrupsi digital, banyak lulusan yang menghadapi tantangan dalam mempersiapkan diri memasuki dunia profesional, baik sebagai karyawan maupun sebagai wirausaha. Maka program yang dirancang untuk memberikan pemahaman teoretis dan praktis mengenai pemasaran digital, manajemen bisnis online, dan inovasi produk perlu (Amal, dan Ramadhan, 2025).

Pelatihan maupun edukasi literasi digital bagi mahasiswa memiliki peran strategis dalam menumbuhkan minat dan kesiapan mereka mengembangkan wirausaha.

Atas dasar hal diatas, mahasiswa dengan berbagai lata belakang juga harus mampu memanfaatkan era digital ini untuk mengembangkan wirausahanya, tentu dengan kemampuan atau memiliki literasi digital dalam berbisnis. Sehingga untuk memperkuat literasi digital ini, dilakukan edukasi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan para dosen manajemen wirausaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Kebangsaan Indonesia (UNIKI) Bireuen – Aceh.

Edukasi melibatkan mahasiswa yang telah merintis usaha atau berwirausaha samial menjalankan perkuliahannya, yakni sejumlah 20 mahasiswa di lingkungan UNIKI. Dimana edukasi dilaksanakan sehari penuh dengan pemberian materi, diskusi dan praktik.

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yakni dengan cara edukasi pada mahasiswa untuk memanfaatkan digital dalam wirausaha, materinya mencakup: (1) Pengenalan Ekosistem *tech*: digital. (2) Pemasaran Digital (*Digital Marketing*): Optimalisasi media sosial (Instagram, TikTok, YouTube), optimasi SEO, serta strategi *copywriting* untuk produk atau jasa. (3) Manajemen Keamanan dan Etika Digital: Pemahaman mengenai privasi data pengguna, dan transaksi elektronik yang aman. Dan (4) Pengembangan Model Bisnis: Penyusunan *Business Model Canvas* (BMC) yang inovatif dan adaptif terhadap kebutuhan abad 21.

METODE

Bertolak dari harapan masyarakat, bahwa lulusan pendidikan (perguruan tinggi) kini tidak lagi hanya diserap oleh pemerintah (menjadi pegawai) maupun perusahaan swasta, tetapi juga memiliki peluang besar untuk berkiprah di sektor-sektor lain, seperti entreprenership berbasis tech, konsultan bisnis, atau wirausaha jasa dan sosial lainnya.

Berdasarkan observasi awal dan data dari kondisi mahasiswa, khususnya mahasiswa tingkat (semester) akhir di kampus, sudah ada beberapa individua tau kelompok mahasiswa merintis usaha sambal kuliah. Hal ini juga ada kaitan dengan arahan dosen akademik di kampus, dan fasilitas serta peluang yang terbuka di daerahnya.

Tinggal bagaimana dengan memiliki ide-ide kreatif dan inovatif yang berpotensi menjadi bisnis, ada dukungan kemampuan atau literasi yang saat ini penting dimiliki, seperti literasi digital dalam memanfaatkan zamannya menguasai teknlogi computer dalam mengembangkan bisnis dan usaha. Untuk itu pihak kampus (khususnya dosen akademik) harus ikut turun tangan dalam memperasiapkannya. Apakah dalam hal ini program inkubasi bisnis atau pelatihan-pelatihan dan edukasi literasi digital menunjang era *entrepreneurship* modern.

Sebagaimana juga disebut Suryana dan Rosana (2022) bahwa program inkubasi bisnis yang difasilitasi oleh kampus dapat memberikan dukungan yang signifikan, termasuk akses ke mentor, modal, dan jaringan, yang sangat penting bagi keberlanjutan bisnis rintisan mahasiswa. Dengan demikian, perguruan tinggi dapat berperan sebagai ekosistem kewirausahaan yang komprehensif.

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan edukasi dengan praktik pelatihan dan mentoring partisipatif yang berpusat pada kebutuhan peserta. Metode ini dipilih karena memungkinkan transfer pengetahuan dan keterampilan yang efektif dan personal, serta diskusi kelemahan dan ide dalam memodelkan wirausaha modern sesuai zaman era digital saat ini.

e-ISSN: 2961-8444
Vol 5 No 3, Desember 2026

Pelaksanaan program ini dibagi menjadi tiga fase utama, dirancang untuk memberikan pengalaman belajar yang komprehensif. Kegiatan ini diikuti oleh 20 mahasiswa tingkat akhir pada kampus Universitas islam Kebangsaan Indonesia (UNIKI) Bireuen – Aceh.

Akhir kegiatan, diukur efektivitas program, dengan metode kuantitatif dan kualitatif. Instrumen kuantitatif adalah kuisioner *pre-test* dan *post-test* pertanyaan pilihan ganda dan skala Likert.

Tahap Persiapan

Maka dalam tahap persiapan, dirancang modul, instrument *pre-test* dan *post-test* pertanyaan untuk mengukur tingkat pemahaman peserta terhadap topik-topik kunci, seperti definisi kewirausahaan digital, strategi pemasaran Digital (*Digital Marketing*): Optimalisasi media sosial (Instagram, TikTok, YouTube), optimasi SEO, serta strategi *copywriting* untuk produk atau jasa. Manajemen Keamanan dan Etika Digital serta pengembangan Model Bisnis yang inovatif dan adaptif terhadap kebutuhan abad 21.

Sementara itu, instrumen kualitatif berupa pedoman wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang digunakan untuk menggali persepsi, motivasi, dan manfaat yang dirasakan peserta.



Gambar 1. Pelaksanaan Edukasi Literasi Digital Wirausaha Mahasiswa di LabKom UNIKI

Tahap Pelaksanaan

Adapun tahap pelaksanaan kegiatan, dilakukan:

(a) Pengenalan;

Penguatan *Mindset* dan Ideasi Bisnis. Dawali dengan diskusi interaktif mengenai tantangan karir pasca-kampus. Dan bagi yang telah merintis wirausaha, apa kendala dan tantangannya, gunakan analisis SWOT ataupun untuk nkebutuhan dilakukan analisis dengan metode MoSCoW. Peserta diajarkan untuk mengubah mindset dari pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja. Kemudian, Langkah memulai praktik ideasi bisnis, dengan mengidentifikasi masalah di sekitar mereka dan mencari solusi yang bernilai ekonomi dan punya peluang baik.

(b) Pelatihan (*Workshop Intensif)*

*D*engan edukasi literasi digital wirausaha. diantaranya, praktik Pemasaran Digital dan Branding. Peserta (Mahasiswa) diberi wawasan dan dilatih secara langsung untuk membuat konten promosi yang menarik, mengelola akun bisnis di media sosial, dan memahami dasar-dasar analitik untuk mengukur efektivitasnya. Dengan memanfaatkan platform gratis seperti Canva untuk mendesain materi visual dan memanfaatkan fitur-fitur bisnis yang ada di Instagram dan TikTok. Juga pada peserta diberikan trik Menyusun Rencana Bisnis (*Business Plan*). Mulai dengan memetakan ide bisnis, segmen pelanggan hingga struktur biaya.

e-ISSN: 2961-8444
Vol 5 No 3, Desember 2026



Gambar 2. Wawancara dan Diskusi pada sampel Peserta Edukasi Literasi Digital Wirausaha

(c) Fase Pendampingan dan Evaluasi

Yakni dengan mendampingi peserta yang belum faham dan ide-ide terkini dari peserta tentang cara bisnis digital efektif. Diakhir dengan evaluasi dengan mebykur kemampuan setelah dilakukan kegiatan edukasi ini. Cara evaluasi dengan menyebar kuesioner dan menilai hasil jawaban (*Post-Test*) dan melakukan wawancara terhadap beberapa peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a). Hasil Wawancara Peserta Edukasi

Peserta (Mahasiswa) dari kegiatan edukasi, sudah mengenal beberapa pemanfaatan media sosial (seperti Instagram, TikTok, YouTube), dan sebagaian sudah memakai untuk kepentingan pribadi. Sejauh ini, mereka belum banyak menerapkannya dalam e-commerce atau untuk promosi barang dan jasa apalagi dalam pemasaran bisnis.

Mereka mengakui, Literasi digital ini penting di era sekarang jika tidak mau ketinggalan. Karena mereka memungkinkan 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 yang mereka dapatkan, terbukti memperkuat kesiapan mahasiswa dalam menghadapi tantangan ekonomi kreatif.

Juga peserta menyatakan "Edukasi dalam literasi digital membuat entrepreneur efisien dan efektif dalam berbisnis, khususnya dalam memasarkan dan transaksi bisnis". Oleh karena mereka diberikan edukasi yang mendalam, termasuk indicator literasi digital yang harus dikuasai. Menurut Gilster dalam Hasliah (dalam Vania Anarizka, 2024), Adapun indikator literasi digital yaitu: (1). Kemampuan dalam mencari informasi di dunia maya dengan memanfaatkan mesin pencari dan melaksanakan berbagai kegiatan. (2). Kompetensi *navigasi hypertextual* merupakan keterampilan yang penting bagi pengguna saat menjelajahi situs web yang menyediakan informasi secara menyeluruh. (3). Kompetensi evaluasi konten informasi (*content evaluation*) adalah kemampuan agar pengguna internet lebih kritis dalam mencari dan menerima informasi untuk memperoleh sumber yang kredibel. Dan (4). *Knowledge assembly* atau kompetensi pembentukan pemahaman yaitu keterampilan untuk membandingkan berbagai sumber informasi guna menyusun pemahaman yang baru dan utuh.

Edukasi yang juga penting dan baru bagi mereka, Ketika mendapat materi dan pemahaman yang mendalam dari optimasi SEO, serta strategi *copywriting* untuk produk atau jasa. Lalu pemahaman mengenai privasi data pengguna, dan transaksi elektronik yang aman. Dan pengembangan model bisnis dalam rangka penyusunan *Business Model Canvas* (BMC) yang inovatif dan adaptif terhadap kebutuhan abad 21.

Sejalan dengan itu, peserta umumnya menyetakan manfaat edukasi yang diikutinya bermanfaat, sebagaimana dipertegas dari riset Masyrin *et al.,* (2026) bahwa kesiapan berwirausaha merujuk pada kondisi

e-ISSN: 2961-8444
Vol 5 No 3, Desember 2026

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.

b). Perbandingan Sebelum dan Setelah Edukasi

Kepada peserta edukasi diberikan kuesioner untuk mengukur literasi dari aspek kemampuan dan kelemahan, sejauh mana pemahaman dan kurang paham, serta sisi penggunaan selama ini, baik dalam keperluan pribadi dan bisnis. Ukuran yang digunakan kualitatuf, sebagaimana hasilnya sebagaimana disimpulkan dalam tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Hasil Kuesioner Kualitatif

Masalah	Literasi	Kesimpulan
Penggunaan media sosial untuk promosi	70% Sering	Mayoritas peserta sudah menggunakan media sosial, tetapi belum optimal
Kepemilikan akun marketplace	40% Sudah punya	Sebagian besar belum memiliki akun marketplace untuk usaha.
Pemahaman pemasaran produk secara digital	40% Literasi rendah	Banyak banyak yang belum memahami pemasaran digital (e-commerce), perlu edukasi ataupun pelatihan
Kesulitan membuat konten visual	60% Literasi rendah	Peserta kesulitan membuat konten promosi berbasis visual
Pentingnya pelatihan pemasaran digital	85% Penting	Hampir semua peserta menilai pelatihan digital sangat dibutuhkan.
Pernah ikut pelatihan kewirausahaan digital	30% Pernah	Mayoritas belum pernah mengikuti pelatihan serupa.
Kendala utama pemanfaatan teknologi	50% Literasi sedang	Kendala utama adalah kurangnya literasi digital dan keterampilan teknis

Kemudian dibandingkan secara kuantitatif literasi digital dan literasi wirausaha sebelum dan setelah dilakukan atau mengikuti edukasi (pelatihan), yakni tertera dalam tabel-2.

Tabel 2. Perbandingan Ssecara Kuantitatif Sebelum dan Setelah Edukasi

Masalah	Pre-Test (%)	Post-Test (%)	Growth (%)
Konsep Digital dalam Wirausaha (E-Commerce)	55,25	72,32	17,07
Penggunaan Media social dalam promosi, pemasaran dan transaksi secara digital	42,50	81,83	39,33
Manajemen usaha (bisnis) dan manajemen keuangan	35,80	70,25	34,45
Business Plan	42,60	75,50	32,90
Pengelolaan Market Place	32,25	55,41	23,16
Rata-rata	41,68	71,06	

Dari tabel di atas, terlihat bahwa peningkatan terbesar terjadi pada semua aspek, dan paling signifikans pada masalah Penggunaan Media social dalam promosi, pemasaran dan transaksi secara digital dan Penyusunan Rencana Bisnis.

Aspek promosi dan pemasaran digital, yang mengindikasikan bahwa materi dan praktik yang diberikan relevan dan mudah dipahami oleh peserta. Dan aspek business plan, menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kebutuhan besar akan kerangka kerja yang terstruktur untuk mengonversi ide menjadi rencana yang konkret.

Peserta edukasi mengakui bahwa, di era transformasi digital yang sangat signifikan ini, literasi digital merupakan salah satu keterampilan penting yang diperlukan untuk dalam menghadapi perubahan sosial, ekonomi, dan budaya berbasis teknologi.

e-ISSN: 2961-8444
Vol 5 No 3, Desember 2026

Hal ini sesuai keterangan Fedrick *et al.*, (2024), dengan literasi digital yang kuat, orang akan dapat menggunakan teknologi untuk meningkatkan produktivitas, kreativitas, dan konektivitas mereka serta berkontribusi secara positif pada masyarakat yang semakin berkembang dengan digital.

Alasan yang dikemukan beberapa peserta hasil edukasi, bahwa dalam berwirausaha tidak lagi terbatas pada produksi dan penjualan secara konvensional, tetapi telah bergeser menuju penggunaan teknologi dalam menciptakan nilai tambah melalui inovasi sehingga literasi digital sangat memainkan peran penting dalam niat berwirausaha.

Perlunya literasi ini, disepaki semua peserta bahwa literasi digital bukan hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi terkini hingga integrasinya dalam akademik, namun pada dasarnya literasi digital dapat menyebabkan keahlian untuk menyesuaikan diri dengan keterampilan teknis hingga mengatur segala data online.

b). Hasil Diskusi dan Praktik

Mengutip keterangan Kayun (dalam Edi Supriyanto, Khafid Ismail, 2024) Faktor seperti literasi digital serta perdagangan elektronik memengaruhi tingkat minat berwirausaha.

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. Hal ini terbukti, dengan kegiatan pengabdian ini (edukasi literasi digital) terjadi perubahan atau peningkatan terbesar dari aspek pemahaman, cara memanfaatkan teknologi digital yang efektif, penyusunan rencana bisnis, yang signifikans.

SIMPULAN

Kegiatan edukasi pada program pengabdian masyarakat dari dosen dan mahasiswa UNIKI tentang edukasi literasi digital untuk kesiapan dan menunjuang kewirausahaan berbasis digital bagi mahasiswa dan diharapkan untuk mempersiapkan karir pasca-kampus, telah berhasil mencapai tujuannya. Terbukti, program ini mampu meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan minat mahasiswa memanfaatkan teknlogi digital bidang kewirausahaan digital.

Keberhasilan ini tidak hanya terlihat dari data kuantitatif yang menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman, tetapi juga dari perubahan mindset dan peningkatan kepercayaan diri peserta. Hasil yang positif ini menunjukkan bahwa integrasi edukasi literasi digital ada kaiatn untuk mengembangkan system wirausaha dan model bisnis ke depan secara efektif dan efisien.

Program seperti ini harus menjadi bagian integral dari sistem pendidikan tinggi untuk mempersiapkan lulusan yang adaptif dan inovatif. Karena, urgensi kegiatan edukasi yang dikemas dalam pengabdian kepada masyarakat ini terletak pada kebutuhan mendesak untuk meningkatkan kapasitas wirausaha muda dalam menghadapi tantangan era digital. Tanpa intervensi yang tepat, wirausaha muda berisiko tertinggal dan tidak mampu bersaing dalam pasar global yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, Rina, Silva Nur'aini, Luluwatun Nazla, Siti Hanapiah, Lina Marlina (2023). Tantangan Dan Peluang Dalam Dunia Kerja. *Journal of Economics and Business* 1(1):1–8.

Edi Supriyanto, & Ismail, K. (2024). Pengaruh literasi digital dan penggunaan ecommerce terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Nurul Huda. *JECO: Journal of Economic Education and Eco-Technopreneurship*, 3(2), 69-74.

Fedrick, J., et al. (2024). Menutup kesenjangan digital: Studi tentang meningkatkan kehidupan UMKM melalui literasi digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(5), 1788-1795.

Fernando, S. E. H. (2022). Pengaruh literasi digital, media sosial, dan e-commerce terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(1), 99-106.

e-ISSN: 2961-8444
Vol 5 No 3, Desember 2026

Hasibuan, Dona Zahra, and Zuhrinal M. Nawawi. (2023). Social Entrepreneurship as a Solution to Social Problems in the Digital Age. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan* 4(1):57–66. https://doi:10.53697/emak.v4i1.1085

Ida Puji Lestari, Juliati, Arcci Tusita (2025). Pendampingan Literasi Digital dalam Pengembangan Wirausaha Warga RT 03 RW 04 Kelurahan Tunjungsekar Kecamatan Lowokwaru Kota Malang, *Jurnal Gramaswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 5(2), 125-130, DOI: 10.21776/ub.gramaswara.2025.005.02.01

Julqaidah, Alfiana, & Pratama, M. I. (2024). Penerapan metode planning dalam perencanaan bisnis digital strategis. *Journal of Computer Sciences and Informatics*, 1(1), 30-37.

Muhammad Ichklasul Amal, Al Ramadhan (2025). Edukasi Kewirausahaan Berbasis Digital bagi Mahasiswa Tingkat Akhir untuk Mempersiapkan Karir Pasca-Kampus, *SWARNA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4(1), 730-735, doi.org/10.55681/swarna.v4i1.1722

Sari, Ratna Puspita, Eka Putri, Arie Widyastuti (2025). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Kesiapan Kerja Di SMK Sandikta Bekasi. *Arus Jurnal Psikologi Dan Pendidikan (AJPP)* 4(3):366–73. http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajpphttp://jurnal.ardenjya.com/index.php/ajpp

Sembiring, O., Kristin, O. V., Lubis, N. B., Kinanti, A., Lingga, D. A. S., & Hutasuhut, S. (2026). Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Negeri Medan. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business, 9*(1), 144-151.

Suryana, Y., & Rosana, S. (2022). Pengaruh Program Inkubasi Bisnis terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa. Jurnal Manajemen Kewirausahaan, 7(3), 205-218

Ulfa Ulaika Zahara Masyrin, Arsya Putri Charnova, Yulia Novita, Zetri Rahmat (2026). Peran Literasi Digital Dalam Meningkatkan Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa Di Era Ekonomi Kreatif, *Psikosospen: Jurnal Psikososial dan Pendidikan* 2(1), 123-133, https://publisherqu.com/index.php/psikosospen/

Vania Anarizka, & Wijaya, J. (2024). Kemampuan literasi digital dalam pembelajaran bahasa Indonesia pada siswa SMA. *Jurnal Pendidikan dan Keguruan*, 3312-3318.

Vhika Meiriasari, Emilda, & Mutiara Kemala Ratu. (2024). Pelatihan kewirausahaan bisnis kopi pada generasi milenial dan Gen Z di Kota Palembang. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 7, 854-863.