



DIGITAL ENTREPRENEURSHIP: MENGOPTIMALKAN POTENSI MAHASISWA DI ERA INDUSTRI 4.0

Dori Gusti Alex Candra¹, Atika Fauziyyah², Juwita Azizah³, M. Agung Vafky Ideal⁴, Eka Sofiaty⁵, Tomy Nanda Putra⁶, Budi Permana Putra⁷, Nurdy Afrianto⁸, Idir Fitriyanto⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9}Institut Teknologi Mitra Gama, Indonesia

¹dorigustialexcandra@gmail.com

Abstract

This community service activity aims to improve students' understanding and readiness in facing the challenges of the working world and to develop digital entrepreneurship potential in the era of Industry 4.0. Specifically, this program equips students to start businesses in the field of digital marketing services for MSMEs, creative content creation for social media, or building e-commerce platforms that focus on local products. The program is designed to bridge the gap between theoretical knowledge and practical skills relevant to the demands of the current digital economy. The method used is a one-day intensive training session held at Mitra Gama Institute of Technology, featuring two expert speakers in their respective fields. The implementation of the activity includes three main stages: preparation, implementation, and evaluation. The preparation stage involves an initial needs survey to design relevant materials. The implementation stage includes presentations on readiness to enter the industry, strengthening soft skills, and a basic understanding of digital entrepreneurship. Evaluation is conducted through pre-test and post-test questionnaires and qualitative observations of participant engagement. The program successfully shifted students' mindset toward becoming digital producers, as evidenced by 68% of participants being ready to start an online business and 72% reporting increased confidence in presenting their ideas. Despite these positive outcomes, the program's short duration poses a limitation. Therefore, it is recommended to provide ongoing mentoring or an incubation program to ensure sustainable long-term impact.

Keywords: Digital Entrepreneurship, Students, Industry 4.0, Community Service, Soft Skills

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesiapan mahasiswa dalam menghadapi tantangan dunia kerja serta mengembangkan potensi kewirausahaan digital di era Industri 4.0. Secara spesifik, program ini membekali mahasiswa untuk merintis usaha di bidang jasa pemasaran digital bagi UMKM, pembuatan konten kreatif untuk media sosial, atau membangun platform *e-commerce* yang berfokus pada produk lokal. Program ini dirancang untuk menjembatani antara pengetahuan teoretis dan keterampilan praktis yang relevan dengan tuntutan ekonomi digital saat ini. Metode yang digunakan adalah sosialisasi dalam format pelatihan intensif selama satu hari yang diselenggarakan di Institut Teknologi Mitra Gama, dengan melibatkan dua narasumber kompeten di bidangnya. Pelaksanaan kegiatan mencakup tiga tahap utama: persiapan, implementasi, dan evaluasi. Tahap persiapan melibatkan survei kebutuhan awal untuk merancang materi yang relevan. Tahap implementasi mencakup paparan materi mengenai kesiapan memasuki dunia industri, penguatan *soft skills*, dan pemahaman mendasar tentang *digital entrepreneurship*. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner *pre-test* dan *post-test* serta observasi kualitatif terhadap partisipasi peserta. Program ini berhasil mengubah pola pikir mahasiswa menjadi produsen digital, yang dibuktikan dengan 68% peserta siap memulai usaha daring dan 72% melaporkan peningkatan kepercayaan diri untuk mempresentasikan ide. Meskipun hasil ini positif, durasi program yang singkat menjadi sebuah keterbatasan. Oleh karena itu, direkomendasikan adanya bimbingan berkelanjutan atau program inkubasi untuk memastikan dampak jangka panjang yang berkelanjutan.

1. PENDAHULUAN

Revolusi Industri 4.0 menandai era transformasi digital yang diwarnai oleh otomatisasi, Internet of Things (IoT), kecerdasan buatan, dan platform digital lainnya. Di tengah dinamika ini, digital entrepreneurship muncul sebagai jembatan penting antara teknologi dan peluang ekonomi, terutama bagi generasi muda, khususnya mahasiswa yang memiliki potensi kreatif besar [1]. Dengan kemampuan untuk memanfaatkan e-commerce, media sosial, dan aplikasi digital, mahasiswa dapat menciptakan bisnis inovatif yang tidak terbatas batas geografi dan waktu. Bukti nyata dari potensi ini dapat dilihat dari tren terkini seperti maraknya creator economy yang memungkinkan mahasiswa memonetisasi konten di platform seperti TikTok dan YouTube, serta berkembangnya social commerce yang mengintegrasikan penjualan langsung di media sosial. Lebih dari itu, kisah sukses seperti Gibran Huzaifah, yang merintis eFishery—kini sebuah perusahaan unicorn—saat masih menjadi mahasiswa di Institut Teknologi Bandung, menjadi inspirasi bahwa ide inovatif dari bangku kuliah dapat bertransformasi menjadi bisnis berskala global.

Momentum ini didukung oleh berbagai temuan akademis. Penelitian Jaenuddin menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam pembelajaran kewirausahaan secara signifikan meningkatkan minat mahasiswa untuk memulai usaha [1]. Sementara itu, Irsyada menegaskan bahwa self-efficacy dan minat berwirausaha berkontribusi terhadap kesiapan mahasiswa informatika memanfaatkan peluang digital di era 4.0 hingga 67 % [2]. Di Pekanbaru, penelitian Alfiah mengungkapkan bahwa mahasiswa telah menerapkan bentuk kewirausahaan berbasis teknologi sebagai respon nyata terhadap tuntutan revolusi industri [3]. Berbagai universitas juga telah mengembangkan program intensif Digital Entrepreneurship. Contohnya, Universitas Trunojoyo Madura mendalami praktik digitalpreneurship melalui pendekatan fondasi sosial teori Bourdieu, sementara Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan mengadakan pelatihan literasi kewirausahaan digital yang terbukti meningkatkan kesiapan berwirausaha [4].

Pendidikan tinggi menjadi ujung tombak dalam mentransformasikan mahasiswa menjadi wirausahawan digital bukan hanya sebagai pengguna teknologi, namun juga sebagai inovator yang mampu menciptakan nilai melalui platform digital [5]. Winarti et al menegaskan bahwa bisnis berbasis digital tidak hanya membuka lapangan pekerjaan, tetapi juga dapat berkontribusi pada pemulihan ekonomi nasional [6]. Selaras dengan itu, Marhawati et al., menyatakan bahwa e-commerce dan startup adalah inovasi utama untuk keberlanjutan bisnis di era digital [7]. E-commerce dan startup merupakan bentuk inovasi penting yang mendukung keberlanjutan bisnis di era industri 4.0. Perkembangan teknologi digital menuntut pelaku usaha untuk cepat beradaptasi, dan model bisnis digital seperti startup serta platform e-commerce terbukti mampu menjawab tantangan tersebut [8].

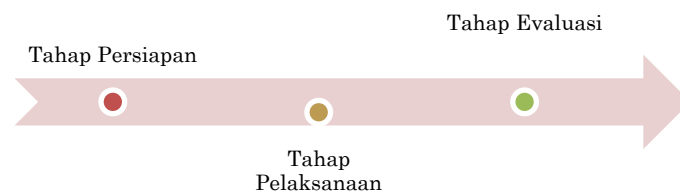
Selain itu, literasi digital terbukti memainkan peran penting dalam membentuk minat dan kompetensi wirausaha digital. Rahman, menemukan bahwa literasi digital, pendidikan kewirausahaan, dan kompetensi diri secara signifikan mempengaruhi minat berwirausaha berbasis digital dengan variabel tersebut menjelaskan hampir 90 % dari minat mahasiswa SMK [9]. Pendekatan pengabdian seperti yang dilakukan Mahirun & Jannati juga menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dapat meningkatkan motivasi masyarakat dalam berwirausaha [10].

Namun, tantangan tetap ada. Ramadhan menyoroti pentingnya pelatihan praktis dan konseptual agar mahasiswa mampu bertransformasi dari pengguna menjadi pelaku aktif di pasar digital [11]. Secara global, literatur seperti Petrescu & Suci yang meneliti persepsi entrepreneurship di kalangan mahasiswa pascasarjana menemukan bahwa kendala internal dan budaya masih menjadi hambatan dominan walau peluang digital terus berkembang [12]. Di sisi lain, penelitian Nassar & Malik memperkuat pentingnya platform digital sebagai enabler dalam proses entrepreneurship, memungkinkan optimalisasi sumber daya terbatas [13]. Upaya praktis seperti edukasi pemanfaatan website untuk UMKM Rumah Makan Padang [14,16] dan penggunaan marketplace Shopee untuk toko buku [15] menunjukkan bagaimana intervensi yang terfokus dapat menjembatani kesenjangan digital di tingkat akar rumput.

Keseluruhan, literatur dari dekade terakhir menegaskan urgensi pengembangan model pendidikan dan pelatihan digital entrepreneurship yang holistik, menggabungkan literasi, motivasi, kompetensi praktis, dan platform teknologi. Fokus kegiatan ini adalah merancang strategi yang efektif untuk mengoptimalkan potensi mahasiswa sebagai digital entrepreneur, menyiapkan mereka menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era Industri 4.0.

2. METODE

Menjadi objek pelatihan, tetapi juga berperan aktif sebagai subjek pembelajar yang terlibat langsung dalam setiap tahap kegiatan. Metode pelaksanaan dirancang dalam beberapa tahap terstruktur agar tujuan pengabdian dapat tercapai secara terukur, baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Adapun tahapan dari pelatihan ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan PKM

- a. Tahap Persiapan
Kegiatan dimulai dengan analisis kebutuhan melalui survei awal kepada mahasiswa sasaran, guna mengetahui tingkat literasi digital, pemahaman kewirausahaan, serta kesiapan mereka dalam memulai usaha berbasis digital. Survei ini dilakukan menggunakan kuesioner Google Form dan wawancara singkat melalui Zoom untuk mendapatkan data awal. Hasil survei dijadikan dasar dalam penyusunan materi pelatihan dan simulasi bisnis.
- b. Tahap Pelaksanaan
Kegiatan inti dilaksanakan dalam bentuk:
 - 1) Workshop dan Pelatihan Digital Entrepreneurship yang meliputi: pembuatan toko online sederhana, strategi pemasaran digital di media sosial, pengelolaan keuangan UMKM, dan penggunaan *platform* seperti Canva, Google Bisnisku, serta marketplace lokal.
 - 2) Simulasi Bisnis Digital, di mana peserta diberi tantangan membuat mini-proyek bisnis digital secara kelompok dalam waktu 2 minggu, mulai dari ideasi, branding, sampai dengan pemasaran produk atau jasa secara daring.
 - 3) Mentoring dan Evaluasi Berkala, setiap kelompok akan dibimbing oleh dosen dan praktisi digital entrepreneur agar mampu menyusun rencana usaha yang layak.
- c. Tahap Evaluasi dan Pengukuran Keberhasilan
Keberhasilan kegiatan diukur dengan menggunakan dua pendekatan:
 - 1) Secara Deskriptif-Kuantitatif:
 - a. Kuesioner *Pre-test* dan *Post-test* digunakan untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta sebelum dan sesudah pelatihan.
 - b. Angka Partisipasi Aktif, seperti jumlah mahasiswa yang mengikuti simulasi bisnis, jumlah ide bisnis yang diwujudkan, serta jumlah produk digital yang dipasarkan.
 - 2) Secara Kualitatif:
 - a. Observasi Perubahan sikap, seperti peningkatan rasa percaya diri, inisiatif mahasiswa dalam mempromosikan produknya, dan keberanian menyampaikan ide usaha.
 - b. Wawancara Terbuka, dengan beberapa peserta terpilih untuk mengetahui pandangan mereka mengenai manfaat program ini dalam kehidupan sosial dan ekonomi mereka.
 - c. Refleksi Kelompok, di mana peserta menyampaikan pengalaman, tantangan, dan nilai-nilai yang mereka peroleh selama kegiatan.

d. Indikator Keberhasilan

Tingkat keberhasilan program ini dilihat melalui:

1. Perubahan Sikap: meningkatnya semangat kewirausahaan, kreativitas, dan keberanian memulai usaha.
2. Perubahan Sosial-Budaya: munculnya komunitas mahasiswa wirausaha digital yang aktif berbagi pengetahuan dan saling mendukung.
3. Dampak Ekonomi: munculnya usaha nyata (meskipun masih skala kecil) yang dijalankan mahasiswa dengan memanfaatkan platform digital, serta potensi penghasilan tambahan yang mulai terbentuk.

Dengan metode ini, kegiatan pengabdian tidak hanya bersifat transfer ilmu, tetapi juga memberdayakan mahasiswa secara langsung agar mampu menjadi pelaku usaha yang adaptif dan inovatif di era digital. Keterlibatan aktif mereka menjadi kunci utama dalam memastikan bahwa perubahan yang dihasilkan bersifat berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang bertajuk “*Digital Entrepreneurship: Mengoptimalkan Potensi Mahasiswa di Era Industri 4.0*” telah sukses dilaksanakan oleh tim dosen dan mahasiswa dari Institut Teknologi Mitra Gama. Kegiatan ini diselenggarakan dalam bentuk sosialisasi intensif selama 1 hari, mencakup tiga tahapan utama: persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi.

1. Tahap Persiapan

Tahap awal diawali dengan koordinasi internal tim pelaksana, perencanaan teknis kegiatan, serta penyiapan materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Selain itu, dilakukan juga publikasi dan pendaftaran peserta secara daring melalui media sosial kampus dan grup WhatsApp mahasiswa. *Antusiasme* mahasiswa cukup tinggi, terlihat dari jumlah pendaftar yang melebihi kuota awal. Persiapan teknis seperti ruang pelatihan, perlengkapan presentasi, dan konsumsi juga ditangani secara kolektif oleh panitia internal kampus.

2. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan pada pukul 08.00 hingga 16.00 WIB, bertempat di Aula Institut Teknologi Mitra Gama. Acara dibuka secara resmi oleh perwakilan institusi dan dilanjutkan dengan sambutan oleh ketua *pelaksana*. Sosialisasi terbagi menjadi dua sesi utama yang menghadirkan narasumber profesional dengan latar belakang berbeda namun saling melengkapi.

a) Materi 1: Tracer Study dan Kesiapan Dunia Kerja

Materi pertama disampaikan oleh Bapak Belman Junaidi, SE, MNLP, yang mengangkat topik seputar *Persiapan Memasuki Dunia Kerja dan Industri*, termasuk pembekalan *interpersonal skill* sebagai modal penting bagi mahasiswa di era digital. Beliau menekankan pentingnya pemahaman karakter industri saat ini yang sangat dipengaruhi oleh digitalisasi dan perubahan pola komunikasi. Dalam pemaparannya, Bapak Belman juga mengajak peserta untuk melakukan refleksi diri dan mengenali kekuatan personal dalam menghadapi tantangan pasca-kampus. Berikut adalah dokumentasi dari kegiatan penyampaian materi.

1. Pahami Lanskap Industri Digital: Mahasiswa harus sadar bahwa dunia kerja telah berubah drastis karena teknologi. Ini berarti pentingnya menjadi pribadi yang adaptif, terbiasa dengan komunikasi digital (seperti Zoom dan platform kolaborasi), dan mau terus belajar hal baru agar tidak tertinggal.
2. Jadikan *Interpersonal Skill* sebagai Modal Utama: Kemampuan teknis saja tidak cukup. Keterampilan seperti komunikasi yang efektif, kerja sama tim, berpikir kritis, dan kecerdasan emosional kini menjadi penentu kesuksesan. Keterampilan inilah yang membedakan manusia dari mesin dan sangat dicari oleh perusahaan.
3. Lakukan Refleksi Diri: Kunci persiapan terakhir adalah mengenali diri sendiri. Mahasiswa perlu mengetahui apa kekuatan dan kelemahan mereka. Dengan pemahaman ini, mereka dapat memilih jalur karier yang tepat, membangun kepercayaan diri, dan lebih siap menghadapi tantangan pasca-kampus.



Gambar 2. Kegiatan Penyampaian Materi oleh Bapak Belman Junaidi, SE, MNLP

b) Materi 2: Kewirausahaan Digital untuk Mahasiswa

Materi kedua dibawakan oleh Ibu Diah Novi Wulandari, yang secara mendalam membahas konsep *Digital Entrepreneurship* dan bagaimana mahasiswa dapat mengoptimalkan potensi diri melalui media digital. Beliau memaparkan bahwa peluang bisnis di era Industri 4.0 sangat luas terbuka, khususnya dalam sektor kreatif, jasa digital, dan e-commerce. Melalui contoh-contoh nyata, Ibu Diah memberikan inspirasi sekaligus panduan praktis agar mahasiswa tidak hanya menjadi konsumen digital, tapi juga produsen nilai melalui inovasi bisnis.

Materi dari Ibu Diah Novi Wulandari berfokus pada Digital Entrepreneurship, mendorong mahasiswa untuk bertransformasi dari konsumen pasif menjadi produsen nilai di era digital.

Poin-poin utamanya adalah:

1. Pergeseran Paradigma: Wirausaha digital tidak lagi bertumpu pada modal besar, melainkan pada keahlian, kreativitas, dan reputasi online (*personal branding*).
2. Peta Peluang Mahasiswa: Peluang bisnis paling potensial dan relevan bagi mahasiswa terletak di tiga area utama:
 - a. Sektor Kreatif: Menjadi *content creator*, desainer grafis, atau editor video.
 - b. Jasa Digital: Menawarkan layanan seperti admin media sosial, penulis konten (*copywriter*), atau pengembang web sederhana.
 - c. E-commerce: Menjalankan bisnis *dropshipping*, menjual produk digital (seperti e-book & template), atau melakukan pemasaran afiliasi.
3. Langkah Praktis untuk Memulai: Mahasiswa disarankan untuk memulai dari skala kecil, menggunakan media sosial sebagai portofolio digital untuk memamerkan karya, dan secara aktif menganalisis tren untuk menemukan celah bisnis.



Gambar 3. Kegiatan Penyampaian Materi oleh Ibu Diah Novi Wulandari

- c) Berikut adalah dokumentasi yang memperlihatkan para pemateri Bapak Belman Junaidi, SE, MNLP dan Ibu Diah Novi Wulandari berfoto bersama Rektor Institut Teknologi Mitra Gama, Wakil Rektor I, serta seluruh panitia pelaksana kegiatan. Foto ini diambil setelah sesi pemaparan materi selesai, sebagai bentuk apresiasi institusi terhadap kontribusi para narasumber serta kerja keras tim pelaksana.



Gambar 4. Foto bersama dengan Rektor, WR.I, panitia dan pemateri

- d) Berikut adalah dokumentasi yang memperlihatkan kebersamaan antara pemateri, panitia pelaksana, dan seluruh peserta sosialisasi yang terdiri dari mahasiswa lintas program studi. Diambil di akhir sesi kegiatan, momen ini menjadi simbol semangat kolaboratif dan antusiasme mahasiswa dalam menyerap ilmu dan motivasi tentang dunia kerja serta kewirausahaan digital.



Gambar 5. kebersamaan antara pemateri, panitia pelaksana, dan seluruh peserta sosialisasi

3. Tahap Evaluasi

Setelah dua sesi utama selesai, peserta diminta mengisi formulir evaluasi dan refleksi singkat melalui Google Form. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur efektivitas kegiatan dan perubahan pemahaman peserta terkait dunia kerja dan kewirausahaan digital. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa lebih dari 85% peserta merasa mendapatkan wawasan baru dan terdorong untuk mengeksplorasi peluang usaha di bidang digital. Sebanyak 68% menyatakan siap memulai usaha kecil berbasis daring dalam waktu 3 bulan ke depan, sementara 72% menyebutkan bahwa materi interpersonal skill membantu mereka lebih percaya diri untuk berbicara dan mempresentasikan ide.

Untuk memperjelas hasil evaluasi, berikut disajikan diagram distribusi kemampuan peserta setelah pelatihan:



Gambar 6. Distribusi Tingkat Evaluasi

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki potensi besar untuk dikembangkan dalam bidang digital entrepreneurship, asalkan diberikan pendekatan yang tepat dan inspiratif. Materi yang disampaikan oleh dua narasumber ahli berhasil menyentuh dua sisi penting dari kesiapan mahasiswa: yaitu kesiapan mental dan keterampilan teknis. Dari segi sikap, mahasiswa menunjukkan peningkatan antusiasme dan rasa percaya diri setelah sesi motivasi dan pelatihan. Sementara dari aspek sosial, kegiatan ini mendorong terbentuknya jejaring komunitas antar mahasiswa yang tertarik mengembangkan bisnis digital. Dalam jangka panjang, diharapkan penguatan ini tidak hanya berhenti pada tingkat ide, tetapi berlanjut pada implementasi nyata yang berdampak pada aspek ekonomi mahasiswa secara langsung.

4. KESIMPULAN

Kegiatan *Digital Entrepreneurship: Mengoptimalkan Potensi Mahasiswa di Era Industri 4.0* yang dilaksanakan oleh Institut Teknologi Mitra Gama memberikan dampak positif terhadap pemahaman dan semangat kewirausahaan mahasiswa. Berikut poin-poin kesimpulannya:

1. Kegiatan ini berhasil membuka wawasan mahasiswa tentang pentingnya kesiapan diri menghadapi dunia kerja dan peluang usaha digital.
2. Materi yang disampaikan oleh para pemateri sangat relevan dan mampu memotivasi peserta untuk mulai berpikir sebagai pelaku usaha.
3. Antusiasme mahasiswa sangat tinggi, terlihat dari partisipasi aktif selama sesi pelatihan berlangsung.
4. Dukungan dari pihak kampus dan solidnya kerja tim panitia menjadi kunci suksesnya acara ini.
5. Waktu pelaksanaan yang hanya satu hari menjadi kelemahan, karena belum cukup untuk pendalaman materi.
6. Kegiatan ini berpotensi dikembangkan lebih lanjut, misalnya dengan pelatihan lanjutan atau program mentoring kewirausahaan mahasiswa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan berperan dalam kegiatan *Digital Entrepreneurship: Mengoptimalkan Potensi Mahasiswa di Era Industri 4.0* yang diselenggarakan oleh Institut Teknologi Mitra Gama. Terima kasih secara khusus kami sampaikan kepada Bapak Belman Junaidi, SE, MNLP, yang telah berbagi wawasan dan pengalaman berharga tentang dunia kerja serta pentingnya membangun keterampilan interpersonal di era digital. Juga kepada Ibu Diah Novi Wulandari, yang dengan semangat dan kepakaran beliau telah membangkitkan kesadaran mahasiswa mengenai potensi besar dunia kewirausahaan digital.

Kami juga menghargai dukungan penuh dari Rektor dan Wakil Rektor I Institut Teknologi Mitra Gama, serta kerja keras tim panitia yang telah memastikan seluruh rangkaian kegiatan berjalan dengan lancar. Tak lupa, kami berterima kasih kepada seluruh mahasiswa peserta yang mengikuti kegiatan ini dengan antusias dan semangat belajar yang tinggi. Semoga kegiatan ini menjadi awal dari langkah-langkah positif mahasiswa dalam mengembangkan potensi diri dan menciptakan peluang di era industri 4.0. Dukungan dan partisipasi semua pihak sangat berarti bagi keberhasilan kegiatan ini.

PENGUNAAN TEKNOLOGI BERBASIS KECERDASAN BUATAN (AI)

Kami selaku penulis menyatakan dengan jujur bahwa seluruh proses penulisan dan penyuntingan manuskrip ini dilakukan secara mandiri tanpa bantuan alat kecerdasan buatan (AI). Seluruh isi tulisan murni merupakan hasil pemikiran dan kerja kami sendiri, dan tidak ada gambar dalam naskah ini yang dimanipulasi menggunakan teknologi AI.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Jaenudin, S. Suroto, and D. P. Astuti, "Menumbuhkan Minat Berwirausah Melalui teknologi Digital Pada Pembelajaran Kewirausahaan Mahasiswa Di Era Industri 4.0," *Econ. Educ. Entrep. J.*, vol. 2, no. 2, pp. 84–95, 2019.
- [2] R. Irsyada, A. Dardiri, and R. M. Sugandi, "Kontribusi Minat Berwirausaha dan Self Efficacy terhadap Kesiapan Berwirausaha di Era Revolusi Industri 4.0 Mahasiswa Teknik Informatika se-Malang," *J. Pendidik.*, vol. 3, no. 7, pp. 945–954, 2018.
- [3] A. Alfiah, M. S. Moenanda, D. Darni, and I. Ismail, "Analisis Bentuk Kewirausahaan Mahasiswa pada Revolusi Industri 4.0 di Perguruan Tinggi Kota Pekanbaru," *Eklektik J. Pendidik. Ekon. dan Kewirausahaan*, vol. 4, no. 2, p. 112, 2021.
- [4] A. R. Suleman, M. Noor, H. Siregar, and K. Kunci, "Pengembangan Keterampilan Kewirausahaan Digital Mahasiswa UM- Tapsel melalui Pelatihan Intensif di Era Revolusi Industri 4.0," *J. Pengabd. Kpd. Masy. radisi*, vol. 04, pp. 40–46, 2024.
- [5] A. N. Nadhania, D. N. Mandira, I. A. P. D. Safitri, and N. S. Najah, "Implementasi kewirausahaan mahasiswa fakultas ekonomi universitas semarang dengan teknologi digital," *J.*

- Potensial*, vol. 1, no. 1, pp. 143–150, 2022.
- [6] Winarti, L. Amelia, and Y. Wahyuningsih, “Membangun Jiwa Entrepreneurship Mahasiswa melalui Bisnis Teknologi Digital,” *J. Educ.*, vol. 5, no. 1, pp. 933–941, 2022.
 - [7] R. M. A. Erwina, “E-commerce dan Startup : Wujud Inovasi Keberlanjutan Bisnis,” *J. Econ. Entrep. Manag. Bus. Account.*, vol. 01, no. 01, pp. 33–39, 2023.
 - [8] S. Juhairiah and D. T. Yuwono, “Pentingnya Menumbuhkan Minat Berwirausaha Di Kalangan Mahasiswa Menggunakan Teknologi Digital di Era Industri 4.0,” *Neraca J. Pendidik. Ekon.*, vol. 8, no. 1, pp. 38–43, 2022.
 - [9] R. Rahman, “Pengaruh Literasi Digital, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Kompetensi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Berbasis Digital,” *Edunomics J.*, vol. 5, no. 1, pp. 126–138, 2024.
 - [10] M. Mahirun and A. Jannati, “PKM: Motivasi Berwirausaha dan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Bisnis,” *J. Pengabd. Masy. Bangsa*, vol. 1, no. 9, pp. 1789–1794, 2023.
 - [11] R. F. Ramadhan, “Pelatihan Digital Entrepreneurship Bagi Mahasiswa Ekonomi Sebagai Upaya Menumbuhkan Pemahaman Digitalisasi,” *J. Pengabd. Masy. - Teknol. Digit. Indones.*, vol. 1, no. 2, p. 78, 2022.
 - [12] M. A. Petrescu and D. M. Suci, “Perceptions of Entrepreneurship Among Graduate Students: Challenges, Opportunities, and Cultural Biases,” *Int. Conf. Comput. Support. Educ. CSEDU - Proc.*, vol. 1, pp. 347–354, 2024.
 - [13] H. Nassar and F. Malik, “Role of Digital Platforms in Entrepreneurial Processes: The Resource Enabling Perspective of Startups in Pakistan,” *IFIP Adv. Inf. Commun. Technol.*, vol. 645, pp. 130–148, 2022.
 - [14] D. G. Alex Candra and A. Fatwanto, “Edukasi dan Pemanfaatan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Website pada Rumah Makan Padang Pergaulan Yogyakarta,” *Lumbung Ngabdi J. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–6, 2023.
 - [15] D. Gusti *et al.*, “Edukasi Pemanfaatan Aplikasi Shopee Sebagai Media Promosi Pada Toko Jual Buku Sastra (JBS) Yogyakarta Education on the Utilisation of the Shopee Application as a Promotional Media at the Yogyakarta Literary Bookstore (JBS),” *J. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 4, pp. 212–219, 2024.
 - [16] D. G. A. Candra, H. A. Ariesta, Dhiyaussalam, and A. Fatwanto, “Merancang Strategi Pemasaran di Era Digital pada UMKM Rumah Makan Padang Pergaulan Yogyakarta,” *J. Bakti Saintek*, vol. 6, no. 1, pp. 13–19, 2022.