



IMPLEMENTASI *EDUPRENEURSHIP* BERBASIS EKONOMI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA

Nur Fadilah Arsyad
Universitas Negeri Gorontalo
*e-mail: nurfadilaharsyad@ung.ac.id

ABSTRAK

Program ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa melalui implementasi edupreneurship berbasis ekonomi digital dalam pembelajaran kewirausahaan. Pendekatan yang digunakan adalah pengabdian berbasis kelas pada 30 mahasiswa jurusan akuntansi semester tiga dengan desain implementatif partisipatif, yang dilaksanakan melalui tiga tahap utama, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap. Pada tahap persiapan dilakukan pemetaan awal kompetensi mahasiswa terkait pengetahuan kewirausahaan, literasi digital, dan kesiapan mental berwirausaha. Tahap pelaksanaan difokuskan pada pembelajaran berbasis proyek dan pendampingan intensif dalam pengembangan bisnis digital mahasiswa, mulai dari perancangan ide usaha, penyusunan model bisnis, hingga strategi pemasaran berbasis platform digital. Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas program melalui perbandingan hasil pre-test dan post-test serta penilaian kinerja mahasiswa pada kegiatan expo bisnis digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan pada seluruh indikator kompetensi kewirausahaan mahasiswa. Rata-rata capaian kompetensi meningkat dari 43% pada pre-test menjadi 91% pada post-test. Peningkatan tidak hanya terjadi pada aspek pengetahuan dan keterampilan digital, tetapi juga pada aspek sikap, seperti kepercayaan diri dan keberanian mengambil risiko usaha. Kegiatan expo bisnis digital turut memperkuat hasil pembelajaran dengan memberikan pengalaman nyata mahasiswa dalam berinteraksi dengan pasar dan dunia bisnis. Kegiatan ini menegaskan bahwa edupreneurship berbasis ekonomi digital merupakan pendekatan yang efektif dalam memperkuat relevansi pembelajaran kewirausahaan dan menyiapkan mahasiswa sebagai wirausaha muda yang adaptif di era digital.

Kata kunci: edupreneurship, ekonomi digital, bisnis, kewirausahaan.

ABSTRACT

This program aimed to enhance students' entrepreneurial competencies through the implementation of digital economy based edupreneurship in entrepreneurship learning. The program adopted a classroom-based approach involving 30 accounting students, using a participatory and implementative design conducted in three main stages: preparation, implementation, and evaluation. During the preparation stage, an initial assessment was carried out to map students' entrepreneurial knowledge, digital literacy, and entrepreneurial mindset readiness. The implementation stage focused on project-based learning and intensive mentoring in the development of students' digital businesses, covering idea generation, business model development, and digital platform based marketing strategies. The evaluation stage assessed program effectiveness by comparing pre-test and post-test results and by evaluating students' performance in a digital business expo. The results indicate a highly significant improvement across all indicators of students' entrepreneurial competencies. The average competency level increased from 43% in the pre-test to 91% in the post-test. The improvement was evident not only in cognitive and digital skill aspects but also in affective dimensions, including self-confidence and willingness to take entrepreneurial risks. The digital business expo further strengthened learning outcomes by providing students with authentic experiences of engaging with real market conditions. These findings confirm that digital economy-based edupreneurship is an effective approach to enhancing the relevance of entrepreneurship education and preparing students to become adaptive young entrepreneurs in the digital era.

Keywords: edupreneurship, digital economy, business, entrepreneurship

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pendidikan tinggi saat ini menuntut adanya transformasi pembelajaran yang tidak hanya berorientasi pada penguasaan teori, tetapi juga pada penguatan kompetensi praktis mahasiswa dalam menghadapi dinamika ekonomi global. Salah satu pendekatan yang semakin mendapat perhatian adalah edupreneurship, yaitu integrasi nilai-nilai kewirausahaan dalam proses pendidikan tinggi. Edupreneurship tidak hanya bertujuan membekali mahasiswa dengan keterampilan teknis berwirausaha, tetapi juga membentuk pola pikir inovatif, kreatif, dan proaktif dalam merespons tantangan ekonomi modern. Dalam konteks global dan era Society 5.0, pendekatan ini menjadi sangat relevan untuk meningkatkan daya saing lulusan perguruan tinggi di pasar kerja yang semakin kompetitif (Kusumojanto dkk., 2020; Cahyani dkk., 2022).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan yang dirancang secara sistematis mampu meningkatkan sikap kewirausahaan mahasiswa serta mendorong terciptanya peluang kerja baru (Boldureanu dkk., 2020). Kurikulum kewirausahaan di perguruan tinggi juga semakin diarahkan pada penguatan kompetensi melalui pendekatan pedagogis yang dinamis, seperti pembelajaran berbasis proyek dan praktik nyata, yang memungkinkan mahasiswa terlibat langsung dalam proses bisnis (Krishnawati dkk., 2023). Integrasi kewirausahaan bahkan telah meluas tidak hanya pada program studi ekonomi dan bisnis, tetapi juga pada bidang teknik, seni, dan sains, yang menegaskan bahwa kewirausahaan merupakan kompetensi lintas disiplin (Nchu dkk., 2023).

Namun demikian, implementasi pendidikan kewirausahaan di banyak perguruan tinggi Indonesia masih menghadapi tantangan serius. Pembelajaran kewirausahaan konvensional cenderung didominasi oleh metode satu arah dan bersifat teoritis, sehingga kurang mampu memberikan pengalaman belajar yang kontekstual dan aplikatif bagi mahasiswa (Yu dkk., 2022; Sziegat, 2024). Selain itu, keterbatasan pemanfaatan teknologi dan sumber daya digital dalam proses pembelajaran menyebabkan mahasiswa kurang terpapar pada praktik bisnis modern yang berbasis platform digital (Zhao dkk., 2021; Sondak dkk., 2025). Kondisi ini berdampak pada rendahnya kesiapan mahasiswa dalam menghadapi realitas kewirausahaan yang menuntut kemampuan adaptasi teknologi, inovasi berkelanjutan, serta pengelolaan risiko bisnis (G. Li dkk., 2022); Cohuț & Dodescu, 2023).

Di sisi lain, perkembangan ekonomi digital menghadirkan peluang besar bagi mahasiswa untuk mengembangkan usaha berbasis teknologi. Digitalisasi memungkinkan akses informasi yang luas untuk riset pasar dan pengembangan produk (Machmud dkk., 2022; Colombelli dkk., 2022). Serta, membuka jaringan global melalui platform daring (Azizah, 2025) dan pula menyediakan berbagai alat berbasis kecerdasan buatan yang mendorong inovasi model bisnis (Blimpo & Pugatch, 2021). Namun, peluang tersebut hanya dapat dimanfaatkan secara optimal apabila mahasiswa memiliki literasi digital yang memadai. Literasi digital, yang mencakup kemampuan mengakses, menganalisis, dan memproduksi informasi melalui teknologi digital, terbukti memiliki korelasi positif yang signifikan dengan kesiapan berwirausaha mahasiswa (Zhao dkk., 2021; Lukita dkk., 2023). Mahasiswa dengan tingkat literasi digital yang lebih tinggi cenderung lebih percaya diri dalam merancang model bisnis inovatif serta lebih adaptif terhadap perubahan pasar. Pengalaman belajar berbasis teknologi, seperti penggunaan platform e-learning dan kolaborasi digital, juga terbukti memperkuat kompetensi kewirausahaan mahasiswa secara berkelanjutan (Huang dkk., 2024; Z. Li & Yu, 2023).

Oleh karena itu, integrasi edupreneurship berbasis ekonomi digital menjadi sebuah kebutuhan strategis bagi perguruan tinggi. Pendekatan ini tidak hanya menjawab keterbatasan pembelajaran konvensional, tetapi juga memperkuat relevansi kurikulum

dengan tuntutan dunia usaha modern. Edupreneurship berbasis digital memungkinkan penerapan metode pembelajaran yang lebih fleksibel, interaktif, dan kontekstual, seperti simulasi bisnis digital, pembelajaran berbasis proyek, serta pendampingan startup mahasiswa (Sziegat, 2024).

Secara empiris, berbagai studi menunjukkan bahwa model pembelajaran berbasis praktik bisnis digital mampu meningkatkan minat dan keberanian mahasiswa untuk berwirausaha. Keterlibatan langsung mahasiswa dalam simulasi bisnis, proyek kewirausahaan, serta interaksi dengan role model entrepreneur digital terbukti meningkatkan kepercayaan diri dan keberanian mengambil risiko usaha (Karsantik, 2021). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada mahasiswa sebagai sasaran utama, yang secara kuantitatif merupakan kelompok usia produktif dengan potensi besar untuk dikembangkan sebagai wirausaha muda. Mahasiswa, khususnya yang mengikuti mata kuliah *Technopreneurship* dan Ekonomi Bisnis Digital, umumnya telah memiliki akses terhadap teknologi digital, namun belum seluruhnya mampu mengoptimalkan potensi tersebut menjadi peluang bisnis nyata. Lingkungan kampus sebagai ruang sosial dan akademik memiliki potensi strategis sebagai laboratorium kewirausahaan, di mana mahasiswa dapat mengembangkan ide bisnis berbasis digital secara terstruktur dan berkelanjutan.

Dengan mempertimbangkan potensi tersebut, maka implementasi edupreneurship berbasis ekonomi digital dipandang relevan sebagai bentuk intervensi nyata dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat berbasis kelas. Program ini dirancang tidak hanya sebagai penguatan proses pembelajaran, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan mahasiswa agar mampu mengembangkan kompetensi kewirausahaan secara aplikatif, adaptif, dan berorientasi pada kebutuhan pasar digital.

Berdasarkan uraian di atas, masalah yang dihadapi dapat dirumuskan secara konkret sebagai berikut: (1) masih terbatasnya kompetensi kewirausahaan mahasiswa akibat dominasi pembelajaran konvensional yang kurang berbasis praktik dan teknologi; (2) belum optimalnya integrasi ekonomi digital dalam pembelajaran kewirausahaan. Oleh karena itu, program ini bertujuan untuk mengimplementasikan edupreneurship berbasis ekonomi digital dalam pembelajaran kewirausahaan guna meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa, yang mencakup aspek pengetahuan bisnis, keterampilan praktis, literasi digital, serta kesiapan mental menjadi wirausaha muda di era ekonomi digital.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan pengabdian berbasis kelas dengan desain implementatif partisipatif pada 30 mahasiswa Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo. Program ini memadukan edupreneurship dan ekonomi digital dalam pembelajaran kewirausahaan mahasiswa. Model kegiatan dirancang untuk menghasilkan perubahan terukur pada kompetensi kewirausahaan mahasiswa melalui pengalaman belajar berbasis praktik (Project Based Learning), pendampingan, serta evaluasi. Program ini dilaksanakan selama empat bulan di lingkungan kampus baik di ruang kelas dan lokasi expo digital bisnis. Pendekatan yang digunakan terdiri atas tiga tahap utama, yaitu: Tahap Persiapan, Tahap Pelaksanaan, dan Tahap Evaluasi.

Tahap persiapan diawali dengan pemetaan kondisi awal mahasiswa terkait kompetensi kewirausahaan, literasi digital, serta kesiapan mental berwirausaha. Pada tahap ini, tim pengabdian menyusun perangkat kegiatan berupa bahan ajar kewirausahaan berbasis pendidikan (edupreneurship) yang dikaitkan dengan ekonomi digital, panduan

proyek bisnis mahasiswa, serta instrumen evaluasi yang meliputi kuesioner kompetensi kewirausahaan, skala sikap kewirausahaan, dan tes literasi digital dasar. Selanjutnya, pre-test diberikan kepada seluruh peserta untuk memperoleh data awal mengenai tingkat pengetahuan bisnis, keterampilan praktis, serta sikap kewirausahaan mahasiswa.

Tahap pelaksanaan merupakan inti dari kegiatan pengabdian yang berfokus pada implementasi edupreneurship berbasis ekonomi digital melalui pendekatan pembelajaran berbasis proyek (*Project-Based Learning*) dan pendampingan intensif melalui pembelajaran di dalam kelas. Pada tahap ini, mahasiswa diberikan penguatan konsep mengenai edupreneurship, peluang usaha di era ekonomi digital, serta pembentukan mindset wirausaha yang inovatif dan adaptif. Selanjutnya, mahasiswa dikelompokkan untuk merancang proyek bisnis digital yang meliputi identifikasi peluang usaha, penyusunan model bisnis sederhana, serta perancangan strategi pemasaran berbasis platform digital. Setiap kelompok kemudian melaksanakan proyek tersebut dengan pendampingan dosen, khususnya dalam penguatan keterampilan teknis, pengambilan keputusan bisnis, serta pengelolaan risiko usaha. Tahap ini ditutup dengan persiapan pelaksanaan expo bisnis digital sebagai sarana aktualisasi hasil pembelajaran kewirausahaan dan digital bisnis mahasiswa.

Tahap evaluasi bertujuan untuk menilai tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian secara komprehensif, baik dari aspek kognitif, afektif, maupun psikomotorik. Evaluasi dilakukan melalui pemberian post-test kepada mahasiswa untuk mengukur peningkatan pengetahuan kewirausahaan, keterampilan digital, serta perubahan sikap dan kesiapan berwirausaha setelah mengikuti program. Hasil post-test dibandingkan dengan data pre-test untuk mengetahui tingkat efektivitas implementasi edupreneurship berbasis ekonomi digital. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui kegiatan expo bisnis digital yang berfungsi sebagai bentuk penilaian terhadap kompetensi kewirausahaan mahasiswa. Penilaian mencakup aspek inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital, strategi pemasaran, serta kemampuan komunikasi bisnis, yang dilengkapi dengan observasi perubahan perilaku dan umpan balik dari dosen maupun customer produk expo bisnis. Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk merumuskan tindak lanjut program, baik dalam bentuk penguatan kurikulum kewirausahaan maupun pengembangan pendampingan startup mahasiswa secara berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian melalui implementasi edupreneurship berbasis ekonomi digital menunjukkan dampak yang sangat signifikan terhadap peningkatan kompetensi kewirausahaan mahasiswa. Pada tahap awal, hasil pre-test memperlihatkan bahwa hanya sekitar rata-rata 43% mahasiswa yang memiliki pemahaman memadai mengenai digital marketing dan pengelolaan bisnis berbasis teknologi. Sebagian besar mahasiswa masih memandang kewirausahaan sebagai konsep teoritis, belum mampu mengaitkannya dengan praktik bisnis nyata yang memanfaatkan platform digital.

Setelah program dilaksanakan melalui pembelajaran berbasis proyek, pendampingan intensif, serta praktik langsung dalam pengembangan usaha digital, terjadi peningkatan yang sangat mencolok. Hasil post-test menunjukkan bahwa rata-rata sekitar 91% mahasiswa telah mengalami peningkatan pengetahuan dan pemahaman mengenai kewirausahaan, keterampilan digital, serta konsep edupreneurship berbasis digital marketing. Peningkatan ini tidak hanya terjadi pada aspek kognitif, tetapi juga pada aspek afektif dan psikomotorik, yang tercermin dari meningkatnya kepercayaan diri mahasiswa dalam merancang ide bisnis, mengelola promosi digital, dan mempresentasikan produk secara profesional. Berikut adalah hasil pre-test dan post-test tersebut:

Tabel 1. Hasil Pre Test dan Post Test

No	Indikator	Rata-rata Pre-Test (%)	Rata-rata Post-Test (%)
1	Pemahaman konsep dasar kewirausahaan	70%	100%
2	Pemahaman peluang usaha di era digital	53%	93%
3	Kemampuan menyusun ide atau model bisnis sederhana	47%	90%
4	Kepercayaan diri untuk memulai usaha	27%	90%
5	Keberanian mengambil risiko bisnis	27%	83%
6	Kemampuan menggunakan media sosial untuk promosi	53%	90%
7	Pemahaman strategi digital marketing dasar	47%	93%
8	Kemampuan membuat konten promosi digital	43%	83%
9	Kemampuan mengintegrasikan teori dan praktik bisnis	30%	97%
10	Kesiapan menjadi <i>young entrepreneur</i>	37%	93%

Berdasarkan tabel di atas, hasil pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan yang signifikan pada seluruh indikator kompetensi kewirausahaan mahasiswa setelah implementasi program edupreneurship berbasis ekonomi digital. Secara keseluruhan, hasil test mengindikasikan keberhasilan intervensi pembelajaran dalam memperkuat aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap kewirausahaan. Peningkatan paling menonjol terlihat pada aspek kepercayaan diri memulai usaha dan keberanian mengambil risiko, yang semula hanya mencapai 27% dan meningkat tajam menjadi 90% dan 83%, menunjukkan perubahan positif pada dimensi afektif mahasiswa. Aspek kognitif dan keterampilan digital juga mengalami lonjakan signifikan, seperti pemahaman konsep dasar kewirausahaan yang meningkat dari 70% menjadi 100%, kemampuan mengintegrasikan teori dan praktik bisnis dari 30% menjadi 97%, serta pemahaman strategi digital marketing dari 47% menjadi 93%. Temuan ini menegaskan bahwa pendekatan pembelajaran yang mengintegrasikan praktik bisnis digital, pendampingan, dan pengalaman nyata mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa secara komprehensif, tidak hanya dalam ranah pengetahuan, tetapi juga pada kesiapan mental dan keterampilan praktis sebagai wirausaha muda di era ekonomi digital.

Keberhasilan program semakin diperkuat melalui pelaksanaan Expo Bisnis sebagai bentuk evaluasi. Dalam kegiatan ini, mahasiswa memasarkan produk dan jasa yang dikembangkan dengan memanfaatkan berbagai kanal digital seperti media sosial, marketplace, dan aplikasi komunikasi daring. Mayoritas kelompok menunjukkan kemampuan yang baik dalam menyusun strategi promosi, membuat konten kreatif, serta membangun interaksi dengan calon konsumen. Expo tidak hanya berfungsi sebagai ajang pameran hasil belajar, tetapi juga sebagai media pembelajaran kontekstual yang mempertemukan mahasiswa dengan realitas pasar digital secara langsung.



Gambar 1. Expo Bisnis Bersama Mahasiswa

Peningkatan kompetensi menegaskan edupreneurship berbasis ekonomi digital merupakan pendekatan yang efektif dalam mengatasi keterbatasan pembelajaran kewirausahaan konvensional. Pengabdian ini menunjukkan bahwa pembelajaran yang mengintegrasikan praktik nyata, teknologi, dan pendampingan lebih mampu membangun pengalaman belajar bermakna dibandingkan pendekatan satu arah yang bersifat teoritis. Mahasiswa tidak lagi berperan sebagai penerima informasi pasif, melainkan sebagai pihak yang terlibat langsung dalam proses penciptaan bisnis baru.

Pengabdian ini juga mengindikasikan bahwa mahasiswa yang sebelumnya kurang memahami strategi digital marketing, kini mampu mengoptimalkan media sosial dan platform daring sebagai sarana promosi dan pengembangan usaha. Dengan demikian, edupreneurship berbasis digital tidak hanya meningkatkan kompetensi kewirausahaan, tetapi juga memperkuat kesiapan mahasiswa menghadapi dinamika pasar yang semakin terdigitalisasi. Dari perspektif pengembangan kurikulum, program ini memberikan implikasi strategis bagi perguruan tinggi. Model pembelajaran yang mengombinasikan *Project-Based Learning*, mentoring, serta evaluasi melalui expo bisnis terbukti mampu menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik khususnya pada Mata Kuliah *Technopreneurship* dan Ekonomi Digital Bisnis.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa penerapan edupreneurship berbasis ekonomi digital terbukti menjadi pendekatan pembelajaran yang efektif dan relevan dalam memperkuat kompetensi kewirausahaan mahasiswa. Program ini tidak hanya membantu mahasiswa memahami konsep dan keterampilan teknis, tetapi juga membentuk sikap yang lebih percaya diri, berani mencoba, dan siap menghadapi tantangan dunia usaha berbasis teknologi. Melalui pembelajaran berbasis proyek, pendampingan, serta evaluasi nyata lewat expo bisnis, mahasiswa mendapatkan pengalaman langsung yang mampu menghubungkan pembelajaran di kelas dengan kebutuhan pasar digital. Oleh karena itu, model pengabdian ini sangat layak untuk dikembangkan secara berkelanjutan sebagai bagian dari pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi, khususnya dalam menyiapkan generasi wirausaha muda yang kreatif, adaptif, dan siap bersaing di era ekonomi digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan banyak terima kasih atas kerja sama team teaching dosen mata kuliah *Technopreneurship* dan Ekonomi Bisnis Digital serta mahasiswa-mahasiswi jurusan Akuntansi kelas B angkatan 2024, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, A. (2025). Konsep Edupreneurship Dan Implementasinya Bagi Lulusan Perguruan Tinggi. *Al-Madaris Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 6(1), 117–131. <https://doi.org/10.47887/amd.v6i1.199>
- Blimpo, M. P., & Pugatch, T. (2021). Entrepreneurship Education and Teacher Training in Rwanda. *Journal of Development Economics*, 149, 102583. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2020.102583>
- Boldureanu, G., Ionescu, A. M., Bercu, A., Bedrule-Grigoruță, M. V., & Boldureanu, D. (2020). Entrepreneurship Education Through Successful Entrepreneurial Models in Higher Education Institutions. *Sustainability*, 12(3), 1267. <https://doi.org/10.3390/su12031267>

- Cahyani, U. E., Masruri, S., & Hanafi, S. M. (2022). Does Entrepreneurship Education Matter for Islamic Higher Education Students' Entrepreneurial Readiness? *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 11(2), 258. <https://doi.org/10.26418/jebik.v11i2.55092>
- Cohuț, I. P., & Dodescu, A. (2023). Boosting Digital Entrepreneurship in European Union Higher Education. *European Conference on E-Learning*, 22(1), 244–251. <https://doi.org/10.34190/ecel.22.1.1931>
- Colombelli, A., Loccisano, S., Panelli, A., Pennisi, O. A. M., & Serraino, F. (2022). Entrepreneurship Education: The Effects of Challenge-Based Learning on the Entrepreneurial Mindset of University Students. *Administrative Sciences*, 12(1), 10. <https://doi.org/10.3390/admsci12010010>
- Huang, M., Hua, M., Li, J., & Han, Y. (2024). Digital Economy Empowered Entrepreneurship. *Management Decision*, 63(1), 155–186. <https://doi.org/10.1108/md-09-2023-1650>
- Karsantik, İ. (2021). Crisis Management on Education Policies During Covid-19: The Case of China, USA and Italy. *Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(Pandemi Özel Sayısı), 3128–3147. <https://doi.org/10.26466/opus.826383>
- Krishnawati, N., Nurihsan, J., Budimansyah, D., & Nurdin, E. S. (2023). The Role of Entrepreneurship Education in Shaping Students' Emotional and Cognitive Competencies for Entrepreneurship. *International Journal of Learning Teaching and Educational Research*, 22(2), 262–280. <https://doi.org/10.26803/ijlter.22.2.15>
- Kusumojanto, D. D., Narmaditya, B. S., & Wibowo, A. (2020). Does Entrepreneurial Education Drive Students' Being Entrepreneurs? Evidence From Indonesia. *Journal of Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(2), 454–466. [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2\(27\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2(27))
- Li, G., Long, Z., Jiang, Y., Huang, Y., Wang, P., & Huang, Z. (2022). Entrepreneurship Education, Entrepreneurship Policy And entrepreneurial Competence: Mediating Effect Of entrepreneurship Competition in China. *Education + Training*, 65(4), 607–629. <https://doi.org/10.1108/et-06-2021-0218>
- Li, Z., & Yu, Q. (2023). Development Path of Innovation and Entrepreneurship Education in Universities Under the Digital Economy. *Journal of Contemporary Educational Research*, 7(10), 113–119. <https://doi.org/10.26689/jcer.v7i10.5492>
- Lukita, C., Hardini, M., Pranata, S., Julianingsih, D., & Santoso, N. P. L. (2023). Transformation of Entrepreneurship and Digital Technology Students in the Era of Revolution 4.0. *Aptisi Transactions on Technopreneurship (Att)*, 5(3), 291–304. <https://doi.org/10.34306/att.v5i3.356>
- Machmud, A., Nuryanti, L., Ridwan, T., & Erwanda, M. (2022). The Effectiveness of Entrepreneurship Education in Indonesia: A Triangle Approach. *Al-Ishlah Jurnal Pendidikan*, 14(3), 4457–4468. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v14i3.1708>
- Nchu, R. M., Tengeh, R. K., & Cronjé, J. (2023). A Call for More Entrepreneurship Education in Non-Business Programs at South African TVET Colleges. *Eureka Social and Humanities*, 3, 67–78. <https://doi.org/10.21303/2504-5571.2023.003062>
- Sondak, M. R., Ardianti, R., Wijaya, S., & Liauw, T. T. (2025). Bridging Parental Influence and Entrepreneurship Education: The Role of Entrepreneurial and Digital Competencies in Shaping Entrepreneurial Career Aspirations. *Sage Open*, 15(4). <https://doi.org/10.1177/21582440251367512>
- Sziegat, H. (2024). Virtual Simulation Games in Entrepreneurship Education: Status Quo and Prospects. *European Conference on Games Based Learning*, 18(1), 1099–1106. <https://doi.org/10.34190/ecgbl.18.1.3001>

- Yu, T., Chao, C., & Wang, Y. (2022). Factors Influencing the Teaching Intention of Business College Teachers to Fulfill Digital Entrepreneurship Courses. *Frontiers in Psychology, 13*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.860808>
- Zhao, Y., Llorente, A. M. P., & Gómez, M. C. S. (2021). Digital Competence in Higher Education Research: A Systematic Literature Review. *Computers & Education, 168*, 104212. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104212>

First Publication Right
GANESHA Jurnal pengabdian Masyarakat

This Article is Licensed Under

