

WORKSHOP INOVASI PENDIDIKAN EKONOMI KREATIF: PENERAPAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS DIGITAL BAGI MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TAPANULI SELATAN

Riski Baroroh¹⁾, Dwi Priyo Utomo²⁾, Eny Mayasari³⁾, Yani Sukriah⁴⁾

¹⁾ Doktoral Doktor Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Malang

²⁾ Dosen Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Malang

³⁾ Dosen Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan

⁴⁾ Dosen Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan

riski.baroroh@um-tapsel.ac.id

Abstract

This community service program aimed to enhance students' digital literacy, creativity, and entrepreneurial skills through the Workshop on Creative Economy Education Innovation: Implementation of Digital-Based Entrepreneurship at Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan (UMTS). The workshop applied educational, participatory, and applicative approaches that integrated conceptual learning, hands-on practice, and mentoring sessions. A total of 40 undergraduate students from the third and fifth semesters of the Economics Education Study Program actively participated in the program. The results revealed a 45% increase in participants' understanding of digital entrepreneurship concepts, an 85% improvement in confidence to develop business ideas, and an 80% enhancement in digital media utilization for business promotion. Therefore, this activity serves as a model for developing creative economy education through digital entrepreneurship that can be replicated by other higher education institutions to strengthen the campus entrepreneurship ecosystem in the digital transformation era.

Keywords: *digital transformation, creative economy, digital entrepreneurship, students, UMTS.*

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital, kreativitas, dan kemampuan kewirausahaan mahasiswa melalui Workshop Inovasi Pendidikan Ekonomi Kreatif: Penerapan Kewirausahaan Berbasis Digital di Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan. Metode kegiatan meliputi pendekatan edukatif, partisipatif, dan aplikatif yang menggabungkan teori, praktik langsung, serta pendampingan intensif. Sebanyak 40 mahasiswa semester III dan V Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UMTS terlibat aktif dalam kegiatan ini. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman konsep kewirausahaan digital sebesar 45%, peningkatan kepercayaan diri peserta untuk mengembangkan ide bisnis sebesar 85%, serta peningkatan kemampuan penggunaan media digital dalam promosi usaha sebesar 80%. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan menjadi model pengembangan pendidikan ekonomi kreatif berbasis digital yang dapat direplikasi di perguruan tinggi lainnya untuk memperkuat ekosistem kewirausahaan kampus di era transformasi digital.

Keywords: *transformasi digital, ekonomi kreatif, kewirausahaan digital, mahasiswa, UMTS.*

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah hampir seluruh aspek

kehidupan manusia, termasuk dunia pendidikan dan ekonomi. Perubahan ini tidak hanya berdampak pada cara manusia berkomunikasi dan bekerja,

tetapi juga pada cara belajar dan menciptakan nilai ekonomi. Menurut Schwab (2022), era Revolusi Industri 4.0 yang ditandai dengan integrasi antara dunia fisik, digital, dan biologis menuntut manusia untuk beradaptasi secara cepat terhadap perubahan teknologi. Dalam konteks pendidikan tinggi, transformasi ini menghadirkan peluang sekaligus tantangan dalam menyiapkan lulusan yang adaptif, inovatif, dan memiliki kemampuan kewirausahaan berbasis teknologi (OECD, 2023). Pendidikan tinggi memiliki peran strategis dalam membentuk generasi muda yang mampu beradaptasi dengan disrupsi digital. Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan (UMTS) sebagai lembaga pendidikan tinggi di wilayah Tapanuli Selatan memegang tanggung jawab besar dalam menyiapkan mahasiswa yang tidak hanya unggul dalam bidang akademik, tetapi juga memiliki keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan industri kreatif dan ekonomi digital. Hal ini sejalan dengan visi UMTS untuk menjadi universitas berdaya saing global berbasis keunggulan lokal.

Ekonomi kreatif menjadi salah satu pilar penting dalam pembangunan nasional karena mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis ide, kreativitas, dan inovasi (Badan Ekonomi Kreatif, 2023). UNESCO (2023) menegaskan bahwa kreativitas dan inovasi adalah modal utama dalam menciptakan pembangunan berkelanjutan di era digital. Sementara itu, menurut Florida (2020), “creative economy” adalah bentuk ekonomi baru yang mengandalkan daya cipta manusia (human creativity) sebagai sumber daya utama dalam menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif. Namun demikian, hasil observasi dan data internal UMTS menunjukkan bahwa

sebagian besar mahasiswa masih memiliki tingkat literasi digital dan keterampilan kewirausahaan yang tergolong rendah. Fenomena ini juga didukung oleh penelitian Hadi & Utami (2022) yang menyatakan bahwa mayoritas mahasiswa di Indonesia masih berorientasi pada menjadi pencari kerja, bukan pencipta lapangan kerja. Kondisi ini menjadi tantangan bagi perguruan tinggi dalam mengubah paradigma berpikir mahasiswa dari job seeker menjadi job creator. Padahal, peluang untuk mengembangkan usaha mandiri di era digital sangat terbuka melalui pemanfaatan teknologi seperti e-commerce, social media marketing, content creation, serta penerapan kecerdasan buatan (AI) dalam bisnis digital (Prasetyo, 2023). Menurut Drucker (2020), kewirausahaan digital merupakan kombinasi antara inovasi, teknologi, dan kreativitas dalam menciptakan nilai ekonomi baru melalui pemanfaatan platform digital. Dengan demikian, mahasiswa perlu dilatih tidak hanya untuk memahami konsep bisnis, tetapi juga menguasai alat digital dan strategi kreatif untuk bersaing di pasar global. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada inovasi pendidikan ekonomi kreatif melalui workshop penerapan kewirausahaan berbasis digital bagi mahasiswa UMTS. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pengalaman belajar langsung (experiential learning) kepada mahasiswa agar mampu mengubah ide kreatif menjadi peluang bisnis bernilai ekonomi. Rae (2021) menjelaskan bahwa pembelajaran kewirausahaan paling efektif terjadi melalui pengalaman langsung, refleksi, dan interaksi dengan lingkungan sosial, bukan hanya melalui teori di kelas.

Lebih jauh lagi, kegiatan ini mendukung implementasi kebijakan Merdeka Belajar–Kampus Merdeka

(MBKM) yang dicanangkan oleh Kemendikbudristek (2023). MBKM menekankan pentingnya mencetak lulusan yang adaptif terhadap perubahan zaman, memiliki kemampuan berpikir kritis, serta siap berwirausaha secara mandiri. Hal ini sejalan dengan pandangan Sarasvathy (2021) yang memperkenalkan teori effectuation, bahwa wirausahawan sejati adalah individu yang mampu memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk menciptakan peluang baru meskipun dalam kondisi ketidakpastian. Melalui kegiatan workshop ini, mahasiswa UMTS akan mendapatkan pembelajaran praktis yang mencakup:

1. Pengenalan konsep ekonomi kreatif dan kewirausahaan digital.
2. Pelatihan pembuatan business plan berbasis teknologi.
3. Pengembangan digital branding melalui media sosial.
4. Penggunaan aplikasi dan platform e-commerce untuk pengelolaan bisnis.
5. Strategi membangun konten kreatif dan promosi digital.

Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong terciptanya kolaborasi antara perguruan tinggi, dunia industri, dan komunitas ekonomi kreatif di wilayah Tapanuli Selatan. Kolaborasi semacam ini sangat penting untuk membangun ekosistem kewirausahaan berbasis digital di daerah. Menurut Drucker (2020), inovasi tidak akan tumbuh dalam isolasi, melainkan dalam kolaborasi yang produktif antara lembaga pendidikan dan dunia usaha. Dengan demikian, kegiatan Workshop Inovasi Pendidikan Ekonomi Kreatif: Penerapan Kewirausahaan Berbasis Digital bagi Mahasiswa UMTS merupakan bentuk nyata kontribusi

perguruan tinggi terhadap penguatan ekosistem pendidikan ekonomi kreatif di daerah. Kegiatan ini tidak hanya menumbuhkan semangat wirausaha di kalangan mahasiswa, tetapi juga memperkuat peran UMTS dalam pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi, khususnya pada aspek kewirausahaan, inovasi, dan kemandirian mahasiswa.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat literasi digital dan pemahaman kewirausahaan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan (UMTS) dalam menghadapi era ekonomi kreatif?
2. Bagaimana penerapan workshop inovasi pendidikan ekonomi kreatif dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam mengembangkan ide bisnis berbasis digital?
3. Bagaimana dampak kegiatan workshop terhadap peningkatan minat dan kesiapan mahasiswa menjadi wirausaha digital yang kreatif dan mandiri?

Tujuan Kegiatan

1. Meningkatkan literasi digital dan pemahaman mahasiswa UMTS terhadap konsep ekonomi kreatif dan kewirausahaan berbasis teknologi.
2. Memberikan pengalaman pembelajaran langsung (experiential learning) melalui kegiatan workshop dalam merancang, mempromosikan, dan mengelola bisnis digital.
3. Mendorong terbentuknya karakter wirausaha muda yang inovatif, adaptif, dan berdaya saing dalam ekosistem ekonomi kreatif berbasis digital

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan (UMTS), khususnya di lingkungan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Program Studi Pendidikan Ekonomi, pada tanggal 27 Oktober 2025. Kegiatan ini dimulai pada pukul 08.00 WIB di Gedung FKIP UMTS dan dihadiri oleh 40 mahasiswa aktif semester III dan V yang memiliki ketertarikan terhadap bidang ekonomi kreatif serta kewirausahaan digital. Pemilihan peserta didasarkan pada pertimbangan akademik bahwa mahasiswa pada jenjang pertengahan studi umumnya telah memiliki bekal teori dasar kewirausahaan, manajemen bisnis, dan ekonomi kreatif, sehingga mereka lebih siap untuk diarahkan dalam pengembangan ide bisnis berbasis digital. Kegiatan ini dirancang untuk mendukung misi UMTS dalam menghasilkan lulusan yang berdaya saing global, memiliki jiwa kewirausahaan, serta mampu memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan peluang ekonomi baru. Hal ini sejalan dengan arah kebijakan Merdeka Belajar–Kampus Merdeka (MBKM) yang menekankan pentingnya pembelajaran berbasis pengalaman dan penerapan langsung di masyarakat (Kemendikbudristek, 2023).

Metode pelaksanaan menggabungkan tiga pendekatan utama:

1. Pendekatan Edukatif, yaitu pemberian materi konseptual mengenai ekonomi kreatif, kewirausahaan digital, dan strategi pengembangan digital brand. Pendekatan ini bertujuan meningkatkan knowledge capacity mahasiswa.

2. Pendekatan Partisipatif, di mana mahasiswa terlibat aktif dalam

diskusi, brainstorming, dan kerja kelompok untuk merancang ide bisnis digital. Keterlibatan aktif diyakini mampu menumbuhkan rasa memiliki (sense of ownership) terhadap hasil karya mereka sendiri (Freeman et al., 2014).

3. Pendekatan Aplikatif, yaitu penerapan langsung pengetahuan dalam bentuk simulasi proyek bisnis digital, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, dan pembuatan konten kreatif. Pendekatan ini berorientasi pada hasil konkret dan keterampilan praktis (Thomas, 2020).

Analisis awal terhadap kegiatan menunjukkan bahwa kegiatan workshop mampu menjadi sarana efektif dalam meningkatkan kesadaran digital entrepreneurship di kalangan mahasiswa. Hasil observasi lapangan memperlihatkan adanya peningkatan partisipasi dan antusiasme mahasiswa ketika mereka dilibatkan secara langsung dalam praktik pengembangan ide bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pembelajaran berbasis proyek dan praktik langsung lebih efektif dibandingkan pendekatan teoritis semata (Kolb, 2015; Prasetyo, 2023).

Selain itu, kegiatan ini juga memperlihatkan keterkaitan antara penguasaan teknologi digital dan pembentukan mindset kewirausahaan modern. Mahasiswa belajar bagaimana teknologi bukan hanya alat bantu, tetapi juga sebagai medium inovasi ekonomi kreatif yang membuka peluang bisnis baru, seperti toko daring, pemasaran digital, dan konten ekonomi berbasis AI (Hidayat & Utami, 2022).

Dengan demikian, pelaksanaan kegiatan ini tidak hanya relevan dalam konteks pemberdayaan mahasiswa, tetapi juga menjadi model inovasi pembelajaran ekonomi kreatif berbasis digital yang dapat direplikasi di berbagai perguruan tinggi lainnya.

UMTS melalui program ini berperan aktif dalam memperkuat ekosistem kewirausahaan kampus serta mendorong tercapainya Indikator Kinerja Utama (IKU), terutama pada

aspek mahasiswa yang berwirausaha dan menghasilkan karya inovatif.

Untuk merekam proses dan hasil kegiatan berikut Roadmap kegiatan pengabdian masyarakat

Roadmap Kegiatan Pengabdian Masyarakat di UMTS



Gambar 1. Roadmap Kegiatan Pengabdian Masyarakat

1.1. Tahap Persiapan

a. Tahap pertama adalah persiapan, yang mencakup identifikasi kebutuhan peserta, penyusunan modul workshop, serta koordinasi dengan pihak fakultas.

b. Tahap kedua yaitu pelaksanaan workshop pada 27 Oktober 2025 di Gedung FKIP UMTS, di mana mahasiswa memperoleh materi tentang inovasi ekonomi kreatif dan praktik kewirausahaan digital melalui sesi pelatihan interaktif dan mentoring

1.2. Tahap Pelaksanaan

a. Tahap pendampingan dan evaluasi, dilakukan pada 28 Oktober–10 November 2025 untuk memantau pengembangan ide bisnis digital mahasiswa dan mengukur peningkatan kompetensi melalui observasi dan angket.

b. Tahap pelaporan dan publikasi, berlangsung pada 11–25 November 2025 dengan kegiatan penyusunan laporan akhir, publikasi artikel pada jurnal Sinta 5 serta penyusunan rekomendasi tindak lanjut

1.3. Tahap Evaluasi dan Publikasi

Tahap evaluasi dan publikasi merupakan bagian akhir dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk menilai efektivitas pelaksanaan program serta menyebarkan hasilnya kepada publik akademik dan masyarakat luas. Evaluasi dilakukan secara menyeluruh untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi kewirausahaan digital mahasiswa. Proses evaluasi mencakup pengumpulan data melalui angket pre-test dan post-test, wawancara semi-terstruktur dengan peserta, serta observasi terhadap partisipasi aktif mahasiswa selama kegiatan berlangsung. Hasil evaluasi dianalisis untuk mengetahui perubahan sikap, peningkatan literasi digital, dan kemampuan mahasiswa dalam

merancang ide bisnis kreatif berbasis teknologi. Hasil kegiatan dan temuan lapangan didokumentasikan dalam bentuk laporan akhir serta artikel ilmiah yang disiapkan untuk dipublikasikan pada jurnal pengabdian kepada masyarakat terindeks Sinta 5 dengan tujuan agar praktik baik (best practice) dari kegiatan workshop inovasi pendidikan ekonomi kreatif dapat direplikasi oleh program studi lain serta memperkuat kontribusi UMTS dalam pengembangan kewirausahaan digital di lingkungan pendidikan tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan baik sesuai dengan tahapan yang telah dirancang dalam roadmap, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan workshop, pendampingan, evaluasi, dan publikasi hasil. Setiap tahap memberikan hasil yang signifikan dalam peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta motivasi kewirausahaan digital mahasiswa

1.4. Tahap Persiapan dan Sosialisasi

Pada tahap persiapan, tim pengabdian melakukan koordinasi internal dengan pihak Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) UMTS dan Program Studi Pendidikan Ekonomi untuk menetapkan jadwal kegiatan, menentukan narasumber, serta menyiapkan perangkat administrasi dan instrumen evaluasi. Kegiatan sosialisasi juga dilakukan melalui media sosial kampus dan grup mahasiswa untuk menjaring peserta. Sebanyak 40 mahasiswa aktif semester III dan V terpilih berdasarkan kriteria ketertarikan terhadap bidang ekonomi kreatif dan kesiapan mengikuti pelatihan berbasis

praktik. Hasil dari tahap ini menunjukkan antusiasme tinggi dari mahasiswa, terbukti dari jumlah pendaftar yang melebihi kuota yang disediakan. Persiapan yang matang juga meminimalkan kendala teknis selama pelaksanaan.

1.5. Tahap Pelaksanaan

Tahapan inti kegiatan dilaksanakan pada 27 Oktober 2025 di Gedung FKIP UMTS dengan tema “Membangun Jiwa Wirausaha Kreatif di Era Digital”. Kegiatan ini diawali dengan sesi pengantar tentang konsep ekonomi kreatif dan kewirausahaan digital, dilanjutkan dengan praktik

langsung dalam membuat model bisnis digital sederhana melalui platform e-commerce, media sosial marketing, dan content creation. Selama workshop, mahasiswa dilatih untuk merancang digital brand identity, membuat konten promosi berbasis visual, dan mengelola simulasi toko daring. Pendekatan edukatif dan partisipatif terbukti efektif meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap strategi membangun usaha di era digital. Berdasarkan hasil angket pre-test dan post-test, terdapat peningkatan rata-rata sebesar 45% pada pemahaman konsep kewirausahaan digital.



1.6. Tahap Pendampingan Pembuatan Promosi Produk dengan Aplikasi Canva

Pada tahap pendampingan ini, kegiatan difokuskan pada penerapan keterampilan digital melalui pembuatan media promosi produk menggunakan aplikasi Canva. Tahapan ini merupakan bagian penting dari program “Workshop Inovasi Pendidikan Ekonomi Kreatif: Penerapan Kewirausahaan Berbasis Digital bagi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan”. Kegiatan pendampingan dilaksanakan setelah mahasiswa mendapatkan pemahaman konseptual tentang ekonomi kreatif dan kewirausahaan digital.

Tujuannya adalah agar mahasiswa mampu mengaplikasikan teori dalam bentuk praktik nyata, yaitu merancang promosi produk secara kreatif dan profesional menggunakan teknologi desain grafis sederhana.

Selama sesi pendampingan, mahasiswa dibimbing secara langsung oleh tim pengabdian untuk:

1. Membuat akun dan mengenal fitur utama Canva, seperti pemilihan template, tipografi, penggunaan warna, serta penempatan elemen visual yang menarik.

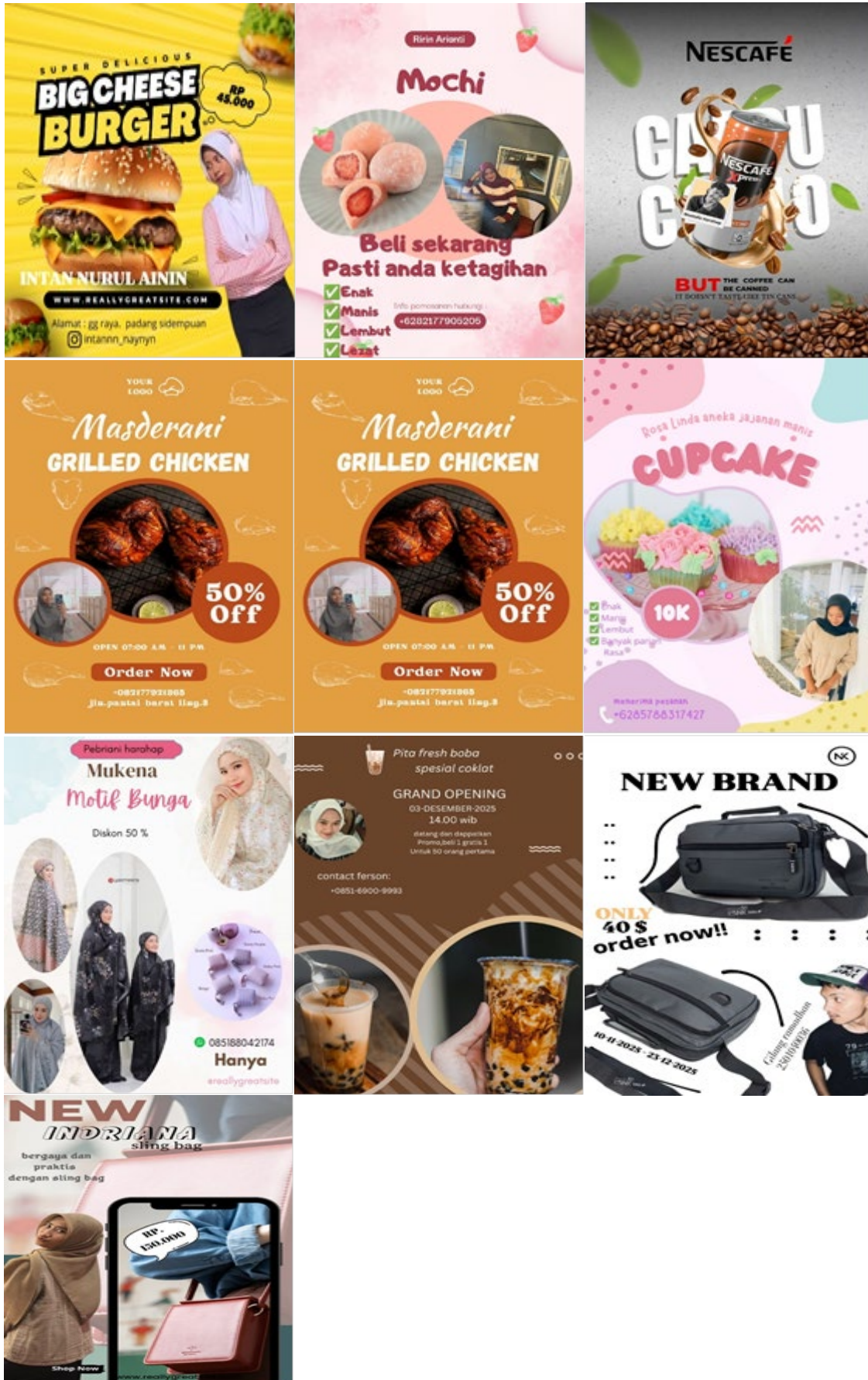
2. Merancang konten promosi produk yang relevan dengan ide bisnis kreatif masing-masing

kelompok, mencakup logo, poster, banner media sosial, hingga katalog digital.

3. Menerapkan prinsip pemasaran digital melalui desain visual yang komunikatif dan mampu menarik perhatian calon konsumen.

Pendekatan ini sejalan dengan semangat program pengabdian, yaitu memberdayakan mahasiswa agar memiliki kemampuan kewirausahaan berbasis digital yang dapat diterapkan dalam dunia nyata. Melalui pendampingan penggunaan Canva, mahasiswa tidak hanya berlatih mendesain, tetapi juga belajar bagaimana membangun identitas merek (branding) dan meningkatkan daya saing produk lokal melalui media digital.

Hasil dari tahap ini menunjukkan bahwa mahasiswa menjadi lebih percaya diri dalam mengekspresikan ide bisnis mereka, serta mampu mengemas pesan promosi dengan desain yang modern, estetik, dan sesuai tren digital marketing saat ini. Kegiatan ini juga memperkuat kolaborasi antar peserta karena proses pendampingan dilakukan secara interaktif dan berbasis proyek (project-based learning), sehingga mendorong munculnya kreativitas dan inovasi dalam setiap karya yang dihasilkan.



1.7. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai sejauh mana keberhasilan program dalam meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan motivasi mahasiswa terhadap kewirausahaan digital. Evaluasi dilakukan melalui tiga instrumen: (1) kuesioner kepuasan peserta, (2) observasi langsung selama kegiatan berlangsung, dan (3) penilaian terhadap hasil mini project. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 90% peserta mengalami peningkatan pemahaman terkait strategi kewirausahaan berbasis digital, 85% peserta merasa lebih percaya diri untuk mengembangkan ide bisnis, dan 80% peserta menyatakan kegiatan ini sangat relevan dengan kebutuhan dunia kerja. Selain itu, peserta juga menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menggunakan media digital untuk promosi dan komunikasi bisnis. Evaluasi juga mencatat beberapa kendala, seperti keterbatasan waktu pendampingan dan perbedaan tingkat kemampuan digital di antara peserta. Namun demikian, hal ini justru menjadi masukan penting bagi penyelenggara untuk memperluas jangkauan dan durasi kegiatan pada program lanjutan

1.8. Tahap Publikasi

Tindak lanjut kegiatan, tim pengabdian menyusun laporan akhir dan artikel ilmiah untuk dipublikasikan pada jurnal pengabdian kepada masyarakat terindeks Sinta 5. Dokumentasi kegiatan juga disebarluaskan melalui laman resmi UMTS dan media sosial fakultas sebagai bentuk diseminasi hasil kepada sivitas akademika dan masyarakat umum. Publikasi ini diharapkan menjadi best practice bagi program studi lain dalam mengembangkan kegiatan

pengabdian berbasis inovasi pendidikan ekonomi kreatif. Dampak jangka panjangnya adalah terbentuknya ekosistem kewirausahaan digital kampus yang mendorong mahasiswa menjadi kreator ekonomi berbasis teknologi

KESIMPULAN

Kegiatan Workshop Inovasi Pendidikan Ekonomi Kreatif: Penerapan Kewirausahaan Berbasis Digital bagi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan memberikan pengalaman belajar yang bermakna bagi mahasiswa dalam mengembangkan kemampuan berwirausaha di era digital. Melalui proses pendampingan yang intensif, mahasiswa tidak hanya memahami teori kewirausahaan, tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara langsung melalui pembuatan promosi produk menggunakan aplikasi Canva. Kegiatan ini menjadi wadah kreatif bagi mahasiswa untuk memvisualisasikan ide bisnis mereka secara menarik dan profesional, sekaligus belajar bagaimana membangun identitas digital dan strategi pemasaran yang efektif. Pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis praktik dan teknologi mampu menumbuhkan kreativitas, inovasi, serta rasa percaya diri mahasiswa untuk memulai usaha mandiri. Selain memperkuat kemampuan digital mereka, kegiatan ini juga membuka wawasan baru bahwa teknologi dapat menjadi sarana strategis dalam menciptakan nilai ekonomi dan memperluas peluang usaha. Secara keseluruhan, kegiatan ini memperlihatkan peran penting Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan dalam membekali mahasiswanya dengan keterampilan abad ke-21 yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja dan industri

kreatif. Melalui pelatihan dan pendampingan seperti ini, mahasiswa didorong untuk menjadi generasi muda yang inovatif, berdaya saing, dan siap berkontribusi dalam membangun ekonomi kreatif di daerahnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Ekonomi Kreatif. (2023). Laporan tahunan ekonomi kreatif Indonesia 2023. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Drucker, P. F. (2020). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. New York: Harper & Row.
- Florida, R. (2020). *The rise of the creative class: Revisited*. New York: Basic Books.
- Freeman, R., Eddy, S. L., McDonough, M., Smith, M. K., Okoroafor, N., Jordt, H., & Wenderoth, M. P. (2014). Active learning increases student performance in science, engineering, and mathematics. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(23), 8410–8415. <https://doi.org/10.1073/pnas.1319030111>
- Hadi, S., & Utami, N. W. (2022). Persepsi mahasiswa terhadap kewirausahaan digital di era ekonomi kreatif. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 19(3), 211–222. <https://doi.org/10.21831/jep.v19i3.XXXXX>
- Hidayat, A., & Utami, D. (2022). Literasi digital dan kesiapan mahasiswa dalam menghadapi tantangan ekonomi kreatif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(2), 45–58.
- Kolb, D. A. (2015). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (2nd ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kemendikbudristek. (2023). *Panduan implementasi kebijakan Merdeka Belajar–Kampus Merdeka (MBKM)*. Jakarta: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia.
- OECD. (2023). *Education at a glance 2023: OECD indicators*. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/69096873-en>
- Prasetyo, B. (2023). Penerapan teknologi digital dalam pengembangan kewirausahaan mahasiswa. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi Pendidikan*, 2(1), 33–42.
- Rae, D. (2021). *Entrepreneurship and small business development in education*. London: Routledge.
- Sarasvathy, S. D. (2021). *Effectuation: Elements of entrepreneurial expertise* (2nd ed.). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Schwab, K. (2022). *The Fourth Industrial Revolution*. New York: Crown Business.
- Thomas, J. W. (2020). *A review of research on project-based learning*. San Rafael, CA: The Autodesk Foundation.
- UNESCO. (2023). *Creative economy report 2023: Culture, creativity, and sustainable development*. Paris: UNESCO