

## PERAN MATA KULIAH BISNIS DIGITAL DALAM MENDORONG INOVASI EXPO KEWIRUSAHAAN DI UNIVERSITAS DIPA MAKASSAR

Aprizal\*<sup>1</sup>, Paulus Djohan Lolo<sup>2</sup>

\*<sup>1,2</sup>Studi Kewirausahaan, Universitas Dipa Makassar  
e-mail: <sup>1</sup>aprizal@undipa.ac.id <sup>2</sup>paulusdjlo@undipa.ac.id

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi peran yang dimainkan oleh mata kuliah bisnis digital dalam menggerakkan dan meningkatkan tingkat inovasi dalam expo kewirausahaan di Universitas Dipa Makassar. Studi ini akan mengeksplorasi bagaimana mata kuliah bisnis digital dapat berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan ide-ide inovatif dan proyek kewirausahaan mahasiswa dalam konteks universitas tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna untuk memperbaiki kurikulum pendidikan tinggi, meningkatkan pengembangan kewirausahaan mahasiswa, dan memperkaya pengalaman pendidikan di universitas.

**Kata kunci:** *Bisnis Digital, Inovasi, Expo Kewirausahaan*

### Abstract

*This research aims to investigate the role played by digital business courses in driving and increasing the level of innovation in the entrepreneurship expo at Dipa University Makassar. This study will explore how digital business courses can contribute to creating an environment that supports the development of students' innovative ideas and entrepreneurial projects in the university context. It is hoped that the results of this research will provide useful insights to improve higher education curricula, increase student entrepreneurial development, and enrich educational experiences at universities.*

**Keywords:** *Digital Business, Innovation, Entrepreneurship Expo*

## PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, teknologi telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis dan kewirausahaan. Kehadiran teknologi digital telah membuka peluang baru untuk mengembangkan bisnis dan inovasi. Universitas memiliki peran penting dalam mempersiapkan mahasiswa untuk menghadapi tantangan dan peluang di dunia bisnis yang semakin digital ini. Salah satu cara untuk melakukan itu adalah dengan menyediakan mata kuliah yang relevan dengan tren bisnis digital. Bisnis digital telah menjadi inti dari perkembangan bisnis modern. Dengan semakin meningkatnya ketergantungan pada teknologi digital seperti internet, media sosial, analitik, dan e-commerce, pemahaman tentang konsep bisnis digital menjadi suatu keharusan bagi calon pengusaha dan profesional bisnis masa depan.

Di dunia yang berubah dengan cepat saat ini, penting bagi siswa untuk mengembangkan keterampilan dan pola pikir kewirausahaan untuk beradaptasi dengan pasar kerja yang berkembang dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi. Pentingnya pendidikan kewirausahaan telah diakui secara luas, karena tidak hanya meningkatkan keterampilan analitis dan logis siswa tetapi juga memupuk inovasi dan kemampuan pemecahan masalah (Karimi et al., 2016). Akibatnya, banyak universitas telah memasukkan kegiatan kewirausahaan ke dalam kurikulum mereka, seperti

komunikasi akademik, basis inovasi sains dan teknologi, dan kursus inovasi dan kewirausahaan (Hua et al., 2022). Salah satu cara yang efektif untuk mendorong mahasiswa dalam menggali potensi kewirausahaannya adalah melalui keikutsertaan dalam pameran kewirausahaan

Inovasi expo kewirausahaan adalah salah satu bentuk aktivitas di mana mahasiswa dapat mengembangkan kreativitas, ide bisnis, dan kemampuan beradaptasi dengan pasar yang terus berubah. Melalui pameran kewirausahaan, mahasiswa memiliki kesempatan untuk mempresentasikan produk atau layanan inovatif mereka kepada masyarakat luas, mengumpulkan umpan balik, dan membangun jaringan bisnis yang berharga.

Universitas Dipa Makassar sebagai lembaga pendidikan tinggi memiliki tanggung jawab untuk mempersiapkan mahasiswa menjadi individu yang siap menghadapi tantangan dunia nyata. Dalam hal ini, penyelenggaraan mata kuliah yang mengajarkan konsep bisnis digital di Universitas Dipa Makassar dapat berperan dalam membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang relevan. Namun, meskipun pentingnya mata kuliah bisnis digital telah diakui, masih ada sedikit pemahaman tentang bagaimana mata kuliah ini sebenarnya dapat mempengaruhi kemampuan mahasiswa dalam mengembangkan inovasi di bidang kewirausahaan, terutama dalam konteks pameran kewirausahaan.

Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji secara mendalam peran mata kuliah bisnis digital dalam mendorong inovasi pada expo kewirausahaan di Universitas Dipa Makassar. Penelitian ini akan mengidentifikasi bagaimana mata kuliah bisnis digital mempengaruhi pengetahuan, sikap, dan keterampilan mahasiswa dalam mengembangkan ide bisnis inovatif, serta bagaimana hal ini berkontribusi pada kesuksesan mereka dalam pameran kewirausahaan.

Dengan pemahaman yang lebih baik tentang peran mata kuliah bisnis digital dalam menggerakkan inovasi kewirausahaan, Universitas Dipa Makassar dapat lebih memadukan kurikulumnya untuk lebih efektif mempersiapkan mahasiswa menjadi pengusaha yang kompeten di era bisnis digital. Selain itu, temuan penelitian ini juga dapat memberikan panduan bagi institusi pendidikan lain dalam mengembangkan program-program serupa yang mendukung kewirausahaan dan inovasi di tengah revolusi digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mendalami peran konkret dari mata kuliah Bisnis Digital dalam menggerakkan proses inovasi mahasiswa, serta dampaknya pada pameran kewirausahaan di Universitas Dipa Makassar. Melalui analisis yang komprehensif, penelitian ini akan menggali bagaimana pengetahuan yang diperoleh dari mata kuliah, sikap terhadap bisnis digital, dan keterampilan praktis yang dikembangkan, berkaitan dengan kemampuan mahasiswa dalam menghasilkan ide inovatif dan mengkomunikasikannya secara efektif kepada khalayak.

Penelitian ini memiliki urgensi yang sangat penting dalam konteks pendidikan tinggi, bisnis digital, dan pengembangan kewirausahaan di era revolusi digital serta untuk membentuk pendidikan yang lebih relevan, inovatif, dan adaptif dalam menghadapi perubahan yang cepat dalam dunia bisnis digital dan kewirausahaan. temuan yang dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang peran mata kuliah bisnis digital dalam mendorong inovasi pada expo kewirausahaan di Universitas Dipa Makassar. Temuan yang diharapkan mencakup (1) Hubungan Antara Mata Kuliah dan Kemampuan Inovasi, (2) Pengaruh Pengetahuan, Sikap, dan Keterampilan, (3)

Kontribusi Terhadap Keberhasilan Pameran Kewirausahaan, (4) Pandangan Mahasiswa tentang Relevansi Mata Kuliah.

Temuan dari penelitian ini akan memberikan **kontribusi** yang berharga terhadap ilmu pengetahuan dalam beberapa aspek (1) Pengembangan Konsep Bisnis Digital, (2) Pengaruh Pendidikan pada Inovasi, (3) Rancangan Kurikulum Berbasis Kebutuhan Industri, (4) Landasan untuk Penelitian Lebih Lanjut, (5) Pengaruh terhadap Kebijakan Pendidikan.

### Digital Marketing

Marketing ialah aktivitas suatu perusahaan dalam menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan dan bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi konsumen atau masyarakat. Sedangkan Internet merupakan media yang diciptakan secara digital. Dalam kehidupan, internet sangat mudah dalam mencari informasi yang dibutuhkan, pembelian barang, dan masih banyak lagi yang dapat dilakukan melalui media internet. Sehingga kini internet menjadi sebuah media yang penting bagi perusahaan atau pelaku bisnis dalam bertukar penawaran. Dari penjelasan tersebut nama digital marketing telah hadir di era digital saat ini (Muljono, 2018). Jadi digital marketing merupakan pemasaran melalui media digital dalam menawarkan brand yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

Digital marketing merupakan kegiatan dibidang pemasaran yang memanfaatkan platform yang ada di internet dalam menjangkau para target konsumen, selain itu digital marketing diartikan sebagai pemasaran produk atau jasa melalui internet atau disebut dengan pemasaran-i, web marketing, online marketing, e-marketing, atau e-commerce (Hermawan, 2012). Kegiatan digital marketing dimanfaatkan oleh pelaku bisnis sehingga penerapan media internet dipasaran meningkat. Adapun dua manfaat digital marketing (Hermawan, 2012):

1. Biayanya relatif murah adalah pemasaran menggunakan digital marketing jauh lebih murah dan mudah menjangkau calon konsumen begitu luas dibandingkan periklanan konvensional. Sifat digital marketing memungkinkan konsumen memeriksa dan membandingkan produk satu dengan yang lainnya lebih nyaman.
2. Muatan informasi yang besar adalah penggunaan digital marketing menyediakan sejumlah informasi yang besar dan begitu luas dibandingkan dengan media konvensional seperti media cetak, radio dan televisi. Digital marketing juga mampu menyimpan data secara akurat yang dibutuhkan oleh perusahaan.

### Inovasi

Kata inovasi berasal dari bahasa Inggris innovation berarti perubahan. Inovasi dapat didefinisikan sebagai suatu proses kegiatan atau pemikiran manusia untuk menemukan sesuatu yang baru yang berkaitan dengan input, proses, dan output, serta dapat memberikan manfaat dalam kehidupan manusia. Inovasi yang berkaitan dengan input diartikan sebagai pola-pola pemikiran atau ide manusia yang disumbangkan pada temuan baru. Adapun inovasi yang berkaitan dengan dengan proses banyak berorientasi pada metode, teknik, ataupun cara bekerja dalam rangka menghasilkan sesuatu yang baru. Selanjutnya, inovasi yang berkaitan dengan output berdasarkan definisi tersebut lebih ditujukan pada hasil yang telah dicapai terutama penggunaan pola pemikiran dan metode atau teknik kerja yang dilakukan. Ketiga elemen dalam inovasi tersebut sesungguhnya membentuk suatu kesatuan yang utuh. (Makmur & Rohana, 2012:9).

Menurut Oslo Manual (dalam Zuhail, 2013 :58), inovasi memiliki aspek yang sangat luas karena dapat berupa barang maupun jasa, proses, metode pemasaran atau metode organisasi yang baru atau telah mengalami pembaharuan yang menjadi jalan keluar dari permasalahan yang pernah dihadapi oleh organisasi. Selanjutnya Green, Howells & Miles (dalam Zulfa Nurdin, 2016:11) mendefinisikan inovasi sebagai sesuatu yang baru yaitu dengan memperkenalkan dan melakukan praktek atau proses baru (barang atau layanan) atau bisa juga dengan mengadopsi pola baru yang berasal dari organisasi lain.

Thomas (dalam Zulfa Nurdin, 2016:12) mendefinisikan inovasi sebagai peluncuran sesuatu yang baru. Tujuan diluncurkannya sesuatu yang baru kedalam suatu proses adalah untuk menimbulkan perubahan besar yang radikal. Sejalan dengan pendapat diatas Albury dan mulgan (dalam Zulfa Nurdin, 2016:12) mengatakan bahwa sebuah inovasi dapat dikatakan berhasil apabila penciptaan dan pelaksanaan proses, produk, jasa dan metode yang baru dapat menghasilkan perbaikan kualitas hasil yang efektif dan efisien. Adapun inovasi menurut Evert M.Rogers (dalam Suwarno, 2008:9) adalah sebagai suatu ide, gagasan, praktek atau objek/benda yang disadari dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau kelompok untuk diadopsi.

Inovasi sendiri secara singkat didefinisikan oleh (Ellitan dan Anatan, 2009:36) sebagai perubahan yang dilakukan dalam organisasi yang didalamnya mencakup kreatifitas dalam menciptakan produk baru, jasa, ide, atau proses baru. Sedangkan Fontana (2011:18) menjelaskan inovasi sebagai keberhasilan ekonomi berkat adanya pengenalan cara baru atau kombinasi baru dari caracara lama dalam mentransformasi input menjadi output (teknologi) yang menghasilkan perubahan besar atau drastis dalam perbandingan antara nilai guna yang dipersiapkan oleh konsumen atas manfaat suatu produk (barang/jasa) dan harga yang ditetapkan oleh produsen.

Selanjutnya Samson dalam Ellitan dan Anatan (2009:3) menerangkan salah satu alasan mengapa inovasi sangat diperlukan karena cepatnya perubahan lingkungan bisnis yaitu semakin dinamik dan hostile, sehingga sebuah organisasi harus bisa mengelola inovasi sebagai penentu keberhasilan organisasi untuk menjadi competitive.

### **Kewirausahaan**

Secara etimologi, wiraswasta berasal dari kata-kata *wira* dan *swasta*. Wira berarti berani, utama, atau perkasa. Swasta merupakan paduan dari dua kata: swa artinya sendiri, dan sta berarti berdiri. Swasta dapat diartikan sebagai berdiri menurut kekuatan sendiri. Dengan mempertimbangkan arti etimologis ini, jelas bahwa wiraswasta bukan berarti usaha partikelir, usaha sampingan, keterampilan berusaha sendiri, dan sebainya seperti yang dikemukakan oleh sementara orang. (Nana Herdiana: 2013).

Kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang dalam menghadapi tantangan hidup. Pada hakikatnya kewirausahaan adalah sifat, ciri dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif. (Dany Garjito: 2014).

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis dan Lokasi Penelitian**

#### **Jenis Penelitian**

Penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu memperoleh bahan dengan memusatkan pada proses penelitian, yang kemudian diuraikan secara sistematis, murni dan tepat serta dianalisis sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Bidang penelitian, kemudian kesimpulan pemecahan masalah.

#### **Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini di kampus Universitas Dipa Makassar Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 9 Tamalanrea Makassar.

#### **Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan ekonomi. Pendekatan ini sangat dibutuhkan untuk mengetahui Peran Mata Kuliah Bisnis Digital dalam Mendorong Inovasi Expo Kewirausahaan di Universitas Dipa Makassar.

#### **Sumber Data**

Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari tempat penelitian (data primer). Informasi tersebut diperoleh ketika peneliti melakukan hal tersebut, informasi ini juga dapat berupa pembentukan identitas Sumber data primer diambil berdasarkan interaksi langsung dengan informan di lapangan, baik berupa observasi langsung maupun wawancara. Adapun sumber data primer meliputi Peran mata kuliah bisnis digital.

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung di berikan kepada pengumpul data misalnya lewat dokumen atau dari lembaga dan institusi tertentu. Data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang mempunyai fungsi sebagai pelengkap data yang di perlukan di data primer adapun data yang mendukung untuk melengkapi data sekunder ini adalah buku, jurnal, tesis, skripsi, makalah dan internet yang berhubungan dengan tema penelitian.

#### **Teknik Penentuan Informan**

Teknik identifikasi pelapor/penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yaitu pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan khusus ini, seperti mereka yang menganggap mereka tahu apa yang diharapkan dari mereka, memudahkan mereka mempelajari objek atau situasi yang diteliti. Oleh karena itu, dalam pemilihan informan di tentukan berdasarkan kriteria tertentu yang telah peneliti tetapkan. Adapun informan dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa dari jurusan Bisnis Digital dan Kewirausahaan, berjumlah 30 orang.

#### **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data sangat penting dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah untuk mendapatkan informasi. Metode yang digunakan oleh penulis sebagai berikut:

### Observasi

Observasi adalah cara mengamati objek yang diteliti, baik dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk mengamatinya secara langsung, maupun dengan melibatkan penglihatan dan pendengaran untuk memperoleh informasi yang terkumpul dalam penelitian. Penelitian dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk melakukan observasi. Dalam observasi ini, peneliti dapat mencatat dan merekam kegiatan yang dilihat atau berperan dalam atau menyela sumber informasi tersebut. Peneliti juga berbaur langsung dengan objek penelitian dalam kegiatannya untuk memudahkan akses peneliti terhadap informasi.

### Wawancara (Interview)

Teknik pengumpulan data ini dapat dikategorikan dalam wawancara secara mendalam (*in-terview*) yang lebih bersifat terbuka jika dibandingkan dengan wawancara terstruktur (*structured interview*). Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Intensif informasi pribadi dan perolehan pengetahuan melalui tanya jawab kepada informan dan jawaban informan direkam.

### Dokumentasi

Dokumentasi adalah upaya untuk memperoleh data dan informasi berupa catatan tertulis atau gambar yang tersimpan berkaitan dengan masalah yang diteliti. Peneliti menggunakan kamera dan alat tulis untuk membantu mengunpulkan data-data baik yang bersifat tulisan maupun gambar. Data-data yang diperoleh dari metode dokumentasi berupa foto-foto pada saat wawancara dilapangan.

### Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data dilapangan. Instrumen penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu peneliti sebagai instrumen kunci, alat perekam suara yaitu telpon genggam (*Handphone*) untuk mengambil gambar dilokasi penelitian, kendaraan yakni sepeda motor/mobil, pedoman wawancara, dan alat tulis yang digunakan untuk mencatat informasi yang diperoleh pada saat wawancara.

### Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik pengolahan dan analisis data adalah upaya untuk membuat dan menyusun secara sistematis rekaman wawancara, observasi, dokumentasi, dan lain-lain, guna meningkatkan pemahaman penulis tentang kasus yang diteliti dan melakukan observasi tentangnya untuk orang lain. bersifat deskriptif kualitatif. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga tahapan yaitu Reduksi Data (Data Reductions), Penyajian Data (Data Dispaly), Penarikan Kesimpulan (Verifikasi)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti akan menjelaskan hasil penelitian mengenai kontribusi mata kuliah bisnis digital dalam merangsang ide-ide inovatif pada Expo Kewirausahaan di Universitas Dipa Makassar. Berdasarkan hasil kuesoner dari 10 responden dari pertanyaan pertama ***“Bagaimana mata kuliah Bisnis Digital telah membantu Anda***

*memahami konsep-konsep bisnis digital dan inovasi?* rata-rata memberikan jawaban bahwa:

*“Mata kuliah Bisnis Digital sangat membantu memahami konsep-konsep bisnis digital dan inovasi dengan beberapa cara. Pertama, membuka wawasan tentang bagaimana teknologi memengaruhi cara bisnis dijalankan, dari pemasaran hingga pengelolaan rantai pasokan. Belajar tentang model bisnis online, analisis data, dan strategi e-commerce yang relevan dalam konteks bisnis digital. Kedua, mata kuliah ini membantu memahami pentingnya inovasi dalam menghadapi perubahan teknologi dan tren pasar. Belajar tentang metodologi inovasi, seperti desain berpikir, dan bagaimana menerapkannya dalam konteks bisnis digital untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Selain itu, diskusi kelas dan studi kasus membantu mengidentifikasi peluang bisnis digital dan mengembangkan pemikiran kritis tentang strategi yang tepat untuk menghadapi tantangan dalam lingkungan bisnis yang terus berubah. Dengan demikian, mata kuliah ini tidak hanya memberi pemahaman teoritis, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat diterapkan dalam karier di dunia bisnis digital”.*

Berdasarkan hasil kuesoner dari 10 responden dari pertanyaan kedua *“Jelaskan pengalaman Anda dalam menghadiri Expo Kewirausahaan di Universitas Dipa Makassar. Apakah Anda melihat pengaruh mata kuliah Bisnis Digital dalam Expo tersebut?”*. rata-rata memberikan jawaban bahwa:

*“Pengalaman menghadiri Expo Kewirausahaan di Universitas Dipa Makassar memberikan banyak wawasan tentang inovasi bisnis dan kreativitas mahasiswa dalam menerapkan konsep-konsep bisnis digital. Expo ini menampilkan berbagai proyek kewirausahaan dari mahasiswa yang telah mengambil mata kuliah Bisnis Digital, serta memperlihatkan bagaimana teori yang dipelajari dalam kelas dapat diimplementasikan dalam dunia nyata. Berbagai stand yang menampilkan produk, beberapa mahasiswa melakukan presentasi dan demonstrasi produk mereka. Mereka menjelaskan bagaimana teknologi digital digunakan untuk menciptakan solusi yang efektif dan efisien bagi masalah-masalah bisnis yang ada”.*

Berdasarkan hasil kuesoner dari 10 responden dari pertanyaan ketiga *“Apakah Anda memiliki contoh ide bisnis atau proyek kewirausahaan yang telah Anda kembangkan setelah mengikuti mata kuliah Bisnis Digital? Bagaimana mata kuliah tersebut membantu Anda dalam pengembangan ide tersebut?”* beberapa mahasiswa memberikan jawaban bahwa:

*“Berbagai contoh ide bisnis yang akan kembangkan setelah mengikuti mata kuliah Bisnis Digital, misalnya EcoSmart adalah platform digital yang menghubungkan konsumen dengan produk-produk ramah lingkungan dan berkelanjutan. Platform ini tidak hanya menjual produk-produk hijau tetapi juga memberikan edukasi kepada konsumen tentang manfaat dan pentingnya gaya hidup berkelanjutan. Mata kuliah ini memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana membangun dan mengelola platform e-commerce. Belajar tentang berbagai teknologi dan alat yang bisa digunakan untuk mengembangkan situs web yang responsif dan user-friendly. Pengetahuan tentang sistem pembayaran digital membantu dalam memilih dan mengintegrasikan berbagai metode pembayaran yang aman dan efisien.*

Berdasarkan hasil kuesoner dari 10 responden dari pertanyaan keempat *“Menurut Anda, apa aspek mata kuliah Bisnis Digital yang perlu ditingkatkan atau*

diperbaiki agar lebih efektif dalam mendorong inovasi dalam expo kewirausahaan di universitas?”. Beberapa mahasiswa memberikan jawaban bahwa:

*“Materi yang diberikan harus lebih seimbang antara teori dan aplikasi praktis. Misalnya, melibatkan proyek kolaboratif dengan perusahaan startup lokal atau simulasi bisnis digital nyata dapat membantu mahasiswa mengaplikasikan teori yang mereka pelajari. Penyediaan akses ke alat-alat digital terkini, seperti perangkat lunak untuk analisis data, platform e-commerce, dan alat marketing digital, akan sangat membantu mahasiswa dalam mengembangkan ide inovatif.*

Berdasarkan hasil kuesoner dari 10 responden dari pertanyaan keempat *“Bagaimana Anda melihat peran mata kuliah Bisnis Digital dalam persiapan mahasiswa untuk memasuki dunia kewirausahaan digital?”*. Beberapa mahasiswa memberikan jawaban bahwa:

*“Dunia bisnis digital penuh dengan disrupsi yang dapat mengubah lanskap industri secara tiba-tiba. Mata kuliah ini membantu kami sebagai mahasiswa untuk siap menghadapi perubahan tersebut dengan cepat dan memanfaatkannya sebagai peluang. Mereka diajarkan untuk terus mengikuti tren teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), blockchain, dan Internet of Things (IoT), yang dapat digunakan untuk inovasi dalam bisnis. Selain keterampilan teknis, mata kuliah ini juga menanamkan mentalitas kewirausahaan yang dibutuhkan dalam dunia digital. Mahasiswa didorong untuk berpikir sebagai inovator dan problem solver, yang tidak hanya menciptakan produk atau layanan baru, tetapi juga membawa solusi yang memiliki dampak positif bagi pasar. Di era digital, jaringan dan kolaborasi sangat penting. Mata kuliah ini seringkali memberikan peluang bagi mahasiswa untuk membangun koneksi dengan praktisi industri, mentor, dan sesama mahasiswa melalui proyek kolaboratif, yang dapat membantu mereka saat memasuki dunia kerja atau memulai usaha sendiri.*

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti simpulkan mata kuliah Bisnis Digital memainkan peran vital dalam mempersiapkan mahasiswa untuk memasuki dunia kewirausahaan digital. Melalui pemahaman tentang ekosistem digital, penguasaan teknologi, dan pengembangan strategi bisnis, mahasiswa diperlengkapi dengan keterampilan dan pengetahuan yang relevan untuk beradaptasi dan sukses di era transformasi digital. Selain itu, mata kuliah ini mendorong inovasi, kreativitas, serta mentalitas kewirausahaan, yang sangat diperlukan dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di pasar digital. Dengan demikian, mata kuliah ini memberikan landasan yang kuat bagi mahasiswa untuk menjadi wirausahawan yang kompetitif dan siap menghadapi disrupsi teknologi.

## KESIMPULAN

Kesimpulannya, mata kuliah Bisnis Digital memainkan peran yang signifikan dalam memperdalam pemahaman mahasiswa tentang konsep bisnis digital dan inovasi, serta membantu mereka mengembangkan keterampilan dan ide-ide kewirausahaan. Melalui mata kuliah ini, mahasiswa mendapatkan wawasan praktis dan teoritis yang relevan, yang berguna dalam pengembangan ide bisnis dan partisipasi dalam kegiatan seperti Expo Kewirausahaan. Pengaruh positif mata kuliah ini terlihat dalam bagaimana mahasiswa mampu menerapkan konsep digital dan inovatif yang dipelajari di kelas ke dalam proyek kewirausahaan nyata.



Namun, agar lebih efektif, aspek mata kuliah ini perlu terus ditingkatkan, khususnya dalam hal integrasi antara teori dan praktik, pengembangan fasilitas teknologi, serta penyediaan mentorship dan jaringan industri. Dengan perbaikan ini, mata kuliah Bisnis Digital dapat lebih optimal dalam mempersiapkan mahasiswa untuk menghadapi tantangan di dunia kewirausahaan digital yang dinamis, sekaligus mendorong inovasi yang lebih signifikan dalam expo kewirausahaan di universitas. Secara keseluruhan, mata kuliah ini memberikan landasan yang kuat bagi mahasiswa untuk berinovasi, beradaptasi, dan sukses dalam bisnis digital, serta menjadi pelaku usaha yang siap bersaing di era transformasi teknologi.

### SARAN

Adapun saran yang bisa kami berikan sebagai peneliti yaitu :

1. Perlu ditingkatkan kolaborasi dengan perusahaan teknologi, startup, dan pelaku bisnis digital. Mengundang praktisi sebagai mentor, pembicara tamu, atau penyelenggaraan proyek kolaboratif dengan industri dapat memberikan wawasan praktis yang relevan.
2. Selalu perbarui materi ajar dengan tren teknologi terbaru, seperti AI, blockchain, dan analisis big data. Hal ini memastikan mahasiswa memiliki keterampilan yang relevan dengan kebutuhan pasar saat ini.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada xxx yang telah memberi dukungan **financial** terhadap penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Anatan, Lina dan Lena Ellitan. (2009). *Manajemen Inovasi (Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia)*. Penerbit, CV. Alfabeta Bandung.
- Amalina, Nur Sabila. (2019). Digital Marketing STEKOM.
- Dany Garjito, *Berani Berwirausaha*, (Yogyakarta: Akmal Publishing, 2014), hlm. 14-15.
- Karimi, S., Biemans, H. J. A., Lans, T., Aazami, M., & Mulder, M. (2016). Fostering students' competence in identifying business opportunities in entrepreneurship education. *Innovations in Education and Teaching International*, 53(2), 215–229.
- Hua, J., Zheng, K., & Fan, S. (2022). The impact of entrepreneurial activities and college students' entrepreneurial abilities in higher education—A meta-analytic path. *Frontiers in Psychology*, 13.
- Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, (Bandung:Pustaka Setia, 2013), hlm. 143.

Makmur, & Thahir, Rohana. 2012. Inovasi & Kreativitas Manusia dalam Administrasi dan Manajemen. Refika Aditama, Bandung.

Muljono, R.K. (2018). Digital Marketing Concept. Jakarta, Indonesia: PT Gramedia Pustaka Utama.

Yogi Suwarno. 2008. "Inovasi di Sektor Publik". STIA-LAN Jakarta. Melalui <http://www.zerosugar.files.wordpress.com/2012/04/e-book-inovasi-disektor-publik-yogi-suwarno.pdf>.

Zulal, 2013. Gelombang Ekonomi Inovasi. Jakarta: Gramedia Pustaka Aditama

Zulfa Nurdin. 2016. Inovasi Kawasan Bebas Asap Rokok di Desa BoneBone Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang: Universitas Hasanudin Makassar.