

Pemberdayaan Wirausaha Muda melalui Pelatihan Digital Mobile Inquiry-Based Learning untuk Ekonomi Kreatif Berkelanjutan

Munawaroh^{1*}, Rukminingsih², Lina Susilowati³, Nurul Aini⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Jombang, Jl. Pattimura III No.20, Sengon, Kec. Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur

E-mail: Munawaroh.stkipjb@gmail.com

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6898>

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 06 Jun 2026

Revised: 12 Jun 2026

Accepted: 18 Jun 2026

Kata Kunci:

Wirausaha muda, literasi digital, Mobile Inquiry-Based Learning, kewirausahaan digital, ekonomi kreatif.

Keywords:

Young entrepreneurs, digital literacy, Mobile Inquiry-Based Learning, digital entrepreneurship, creative economy.

ABSTRACT

Perkembangan teknologi digital telah mengubah praktik bisnis dan menuntut wirausaha muda memiliki literasi digital yang memadai. Namun, banyak dari mereka masih menghadapi kendala dalam pemasaran digital, branding produk, dan pemanfaatan marketplace. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan wirausaha muda serta menguji efektivitas pelatihan berbasis Mobile Inquiry-Based Learning (M-IBL) dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital. Penelitian dilakukan dengan pendekatan partisipatif selama tiga bulan, melibatkan 30 wirausaha muda di Kabupaten Jombang. Instrumen yang digunakan meliputi angket kebutuhan peserta dan tes kompetensi pre-test dan post-test. Analisis data dilakukan secara kuantitatif menggunakan rumus persentase peningkatan dan secara kualitatif melalui wawancara. Hasil menunjukkan bahwa peserta membutuhkan peningkatan keterampilan pemasaran digital, branding, dan pemanfaatan marketplace. Rata-rata kompetensi meningkat sebesar 37,2%, dengan mayoritas peserta berhasil membuat akun bisnis digital, mengembangkan konten promosi visual, dan memanfaatkan marketplace. Persepsi dan pengalaman peserta menunjukkan bahwa pelatihan berbasis M-IBL efektif dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital. Peserta merasa lebih siap menghadapi tantangan era digital, meskipun masih membutuhkan pendampingan lanjutan untuk mengatasi kendala teknis dan konsistensi penerapan strategi usaha.

The development of digital technology has transformed business practices and requires young entrepreneurs to possess adequate digital literacy. However, many still face challenges in digital marketing, product branding, and marketplace utilization. This community service program aims to identify the needs of young entrepreneurs and examine the effectiveness of Mobile Inquiry-Based Learning (M-IBL) in improving digital entrepreneurship competencies. The study was conducted using a participatory approach over three months, involving 30 young entrepreneurs in Jombang Regency. Instruments included needs assessment questionnaires and competency tests (pre-test and post-test). Data were analyzed quantitatively using percentage increase formulas and qualitatively through interviews. Results show that participants required improvement in digital marketing, branding, and marketplace use. Average competency increased by 37.2%, with most participants successfully creating digital business accounts, developing visual promotional content, and utilizing marketplaces. Participants' perceptions and experiences indicate that M-IBL is effective in enhancing digital entrepreneurship competencies. They feel more prepared to face digital-era challenges, though continued support is needed to overcome technical barriers and ensure consistent application of strategies. These findings confirm that M-IBL improves digital literacy and practical skills while contributing to the strengthening of the local creative economy.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Munawaroh, et al. (2026), Pemberdayaan Wirausaha Muda melalui Pelatihan Digital Mobile Inquiry-Based Learning untuk Ekonomi Kreatif Berkelanjutan, 4(4). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6898>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam dekade terakhir telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. Kehadiran teknologi memungkinkan bisnis untuk menjangkau pasar yang lebih luas, mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien, dan menciptakan produk yang lebih inovatif dan kompetitif (Porter, 2019). Namun, peluang tersebut hanya dapat dimanfaatkan oleh mereka yang memiliki keterampilan digital yang memadai. Generasi muda sebagai calon wirausahawan dituntut untuk dapat beradaptasi dengan cepat agar tidak tertinggal dalam arus transformasi digital.

Wirausaha muda memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif. Mereka bukan hanya pencipta lapangan kerja baru, tetapi juga kekuatan pendorong di balik inovasi berbasis teknologi (Howkins, 2020). Sayangnya, hasil dari pra penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pengusaha muda masih menghadapi kendala serius dalam memanfaatkan teknologi digital. Literasi digital yang rendah, kemampuan pemasaran online yang terbatas, dan kurangnya penggunaan platform digital merupakan kendala nyata bagi pengembangan bisnis mereka (Wibowo et al., 2024)). Kondisi ini menegaskan perlunya program pemberdayaan yang lebih relevan dengan kebutuhan mereka. Salah satu pendekatan yang diyakini mampu menjawab tantangan tersebut adalah Inquiry-Based Learning (IBL). Pendekatan ini menekankan proses belajar aktif, di mana peserta didorong untuk mengidentifikasi masalah, melakukan investigasi, menganalisis informasi, dan menemukan solusi secara mandiri (Asyari, et al., 2019; Arifin et al., 2025)). Ketika dipadukan dengan teknologi mobile, lahirlah Mobile Inquiry-Based Learning (M-IBL), yang memungkinkan proses belajar berlangsung lebih fleksibel, kontekstual, dan berkelanjutan. Dengan cara ini, wirausaha muda dapat belajar kapan saja dan di mana saja, sesuai dengan kebutuhan nyata usaha mereka (Cahyani et al. 2023; Rauf et al., 2024)

Penelitian terdahulu menegaskan relevansi pendekatan ini. Nugroho (2021). menunjukkan bahwa ekosistem digital di Asia berkembang pesat, tetapi kesenjangan keterampilan digital masih menjadi masalah besar. Sementara itu, meta-analisis oleh Suyatmo et al. (2023, hal.714) membuktikan bahwa M-IBL efektif dalam meningkatkan kemampuan berpikir kreatif peserta. Khairani et al. (2025, hlm.4595) juga menyoroti bahwa UMKM berbasis teknologi di Indonesia masih kesulitan mengintegrasikan model bisnis digital secara optimal. Temuan ini memperkuat urgensi pelatihan kewirausahaan digital berbasis M-IBL sebagai solusi yang tepat dan kontekstual.

Galimova e menambahkan bahwa mobile learning berperan penting dalam meningkatkan keterampilan berpikir tingkat tinggi (HOTS) dan komunikasi ilmiah. Integrasi inquiry dengan mobile learning tidak hanya mendukung fleksibilitas pembelajaran, tetapi juga memperkuat kemampuan analisis dan pemecahan masalah. Dengan demikian, program pelatihan berbasis M-IBL diharapkan mampu melahirkan wirausaha muda yang mandiri, inovatif, dan siap bersaing dalam ekosistem ekonomi kreatif berkelanjutan.

Urgensi kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terletak pada kebutuhan mendesak untuk meningkatkan kapasitas wirausaha muda dalam menghadapi tantangan era digital. Tanpa intervensi yang tepat, wirausaha muda berisiko tertinggal dan tidak mampu bersaing dalam pasar global yang semakin kompetitif. Hal ini sejalan dengan temuan Pradana (Gunawang, 2024; Munawaroh et al., 2025; Wibowo et al., 2024;) yang menekankan pentingnya pendidikan kewirausahaan digital sebagai fondasi pengembangan ekonomi kreatif berkelanjutan.

Gap penelitian yang ada menunjukkan bahwa sebagian besar program pelatihan kewirausahaan digital masih bersifat konvensional, berfokus pada transfer pengetahuan tanpa memberikan ruang bagi peserta untuk berlatih berpikir kritis dan kreatif. Padahal, studi oleh Asy'ari & Ikhsan (2019, p.460) menegaskan bahwa pendekatan inquiry lebih efektif dalam meningkatkan metakognisi dan kesadaran belajar. Dengan demikian, terdapat celah yang perlu diisi melalui pengembangan model pelatihan berbasis M-IBL yang lebih interaktif dan aplikatif.

Kebaruan dari kegiatan ini terletak pada integrasi antara pendekatan inquiry dengan teknologi mobile dalam konteks pelatihan kewirausahaan digital. Jika sebelumnya pelatihan kewirausahaan lebih banyak dilakukan secara tatap muka atau berbasis modul konvensional, maka program ini menghadirkan inovasi berupa pembelajaran berbasis aplikasi mobile yang memungkinkan peserta belajar secara fleksibel, kontekstual, dan berkelanjutan (Cahyani et al., 2023; Wibowo et al., 2024). Hal ini menjadi nilai tambah yang membedakan kegiatan ini dari program pelatihan kewirausahaan digital lainnya.

Dengan adanya urgensi, gap, dan kebaruan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi wirausaha muda, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan model pelatihan kewirausahaan digital yang lebih relevan dengan kebutuhan zaman. Program ini sekaligus menjadi bukti nyata bahwa pengabdian masyarakat dapat menjadi jembatan antara teori akademik dan praktik lapangan, sehingga hasilnya dapat dirasakan secara luas oleh masyarakat dan mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif berkelanjutan.

Tujuan kegiatan ini adalah untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi wirausaha muda dalam pemanfaatan teknologi digital, sekaligus menguji efektivitas pelatihan berbasis M-IBL dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital. Kegiatan ini juga bertujuan memberikan alternatif model pelatihan yang inovatif dan aplikatif, sehingga dapat diadaptasi oleh berbagai pihak dalam mendukung pengembangan usaha berbasis teknologi.

Kegunaan kegiatan ini tidak hanya bersifat teoritis, yakni memperkaya konsep pembelajaran kewirausahaan digital berbasis inquiry mobile, tetapi juga praktis. Bagi wirausaha muda, manfaat langsung berupa peningkatan literasi digital, keterampilan pemasaran daring, dan kemampuan berinovasi. (Wibowo et al., 2024). Bagi pemerintah, lembaga pendidikan, maupun komunitas bisnis, hasil kegiatan ini dapat menjadi rujukan dalam merancang program pemberdayaan wirausaha muda yang berorientasi pada ekonomi kreatif berkelanjutan.

METODE

Jenis penelitian ini merupakan penelitian tindakan dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat dengan pendekatan partisipatif. Penelitian dilakukan untuk menguji efektivitas pelatihan kewirausahaan digital berbasis Mobile Inquiry-Based Learning (M-IBL) dalam meningkatkan kompetensi wirausaha muda.

Waktu dan tempat penelitian Kegiatan dilaksanakan selama tiga bulan, mulai dari Maret hingga Mei 2026, bertempat di salah satu Universitas di Jawa Timur. Lokasi dipilih karena memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif, namun masih menghadapi keterbatasan literasi digital di kalangan wirausaha muda.

Target dan subjek penelitian Target kegiatan adalah wirausaha muda dan calon wirausaha muda di Kabupaten Jombang. Subjek penelitian berjumlah 30 orang dengan rentang usia 18–30 tahun, yang bergerak di sektor kuliner, fesyen, kerajinan, dan jasa kreatif. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive sampling, dengan mempertimbangkan keterlibatan aktif mereka dalam usaha berbasis ekonomi kreatif.

Prosedur Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan melalui empat tahap utama:

1. Analisis kebutuhan: dilakukan melalui wawancara, dan penyebaran angket untuk mengidentifikasi kebutuhan peserta terkait kompetensi kewirausahaan digital.
2. Pelatihan berbasis M-IBL: menggunakan sintaks Mobile Inquiry-Based Learning, meliputi identifikasi masalah usaha, perumusan pertanyaan investigatif, pengumpulan informasi digital, analisis peluang pasar, penyusunan strategi bisnis digital, implementasi solusi bisnis, presentasi hasil, serta refleksi dan evaluasi.
3. Pendampingan praktik: peserta didampingi dalam pembuatan akun marketplace, pengembangan konten promosi digital, pemanfaatan media sosial bisnis, serta penyusunan strategi pemasaran digital.
4. Evaluasi program: dilakukan untuk menilai efektivitas pelatihan dan tingkat kepuasan peserta.



Gambar 1. Foto Kegiatan Pengabdian Pelatihan berbasis M-IBL

Instrumen dan teknik pengumpulan data Instrumen yang digunakan meliputi:

1. Angket kebutuhan peserta.
2. Tes kompetensi (pre-test dan post-test).
3. Wawancara

Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara, penyebaran angket, serta tes tertulis. Data kuantitatif dianalisis menggunakan rumus persentase peningkatan kompetensi peserta:

$$\text{Persentase Peningkatan} = \frac{\text{Skor Post - test} - \text{Skor Pre - test}}{\text{Skor Pre - test}} \times 100\%$$

Data kualitatif dari observasi dan wawancara dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan perubahan keterampilan dan sikap peserta selama kegiatan berlangsung. Hal-hal lain terkait penelitian Untuk menjaga validitas data, triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan tes kompetensi. Selain itu, keterlibatan peserta dalam setiap tahap kegiatan menjadi indikator keberhasilan program pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peserta kegiatan terdiri atas 30 wirausaha muda dengan rentang usia 18–30 tahun yang bergerak pada sektor kuliner, fesyen, kerajinan, dan jasa kreatif. Mayoritas peserta adalah perempuan (60%), dengan dominasi usia 18–24 tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa wirausaha muda di Jombang memiliki potensi besar dalam mengembangkan usaha kreatif, namun masih membutuhkan dukungan literasi digital (Khairuddin et al., 2035).

Tabel 1. Karakteristik Peserta

Karakteristik	Jumlah
Laki-laki	12
Perempuan	18
Usia 18-24 tahun	16
Usia 25-30 tahun	14

Identifikasi kebutuhan utama wirausaha muda terkait kompetensi kewirausahaan digital melalui angket kebutuhan peserta

Tabel 2. Hasil Angket Kebutuhan Peserta

Pertanyaan	Jawaban	Keterangan
Penggunaan media sosial untuk promosi	70% Sering	Mayoritas peserta sudah menggunakan media sosial, tetapi belum optimal.
Kepemilikan akun marketplace	40% sudah punya	Sebagian besar belum memiliki akun marketplace untuk usaha.
Pemahaman branding produk	65% Rendah	Peserta membutuhkan pelatihan branding digital.
Kesulitan membuat konten visual	75% Ya	Peserta kesulitan membuat konten promosi berbasis visual.
Pentingnya pemasaran digital pelatihan	95% sangat penting	Hampir semua peserta menilai pelatihan digital sangat dibutuhkan.
Pernah ikut pelatihan kewirausahaan digital	30% Pernah	Mayoritas belum pernah mengikuti pelatihan serupa.
Kendala utama pemanfaatan teknologi	60% literasi rendah	Kendala utama adalah kurangnya literasi digital dan keterampilan teknis.
Minat belajar melalui aplikasi mobile	85% Berminat	Peserta antusias terhadap pembelajaran berbasis mobile.

Hasil angket menunjukkan bahwa mayoritas peserta sudah menggunakan media sosial untuk promosi, tetapi belum optimal dalam strategi branding dan konten visual. Sebagian besar belum memiliki akun marketplace, sehingga akses pasar digital masih terbatas. Temuan ini sejalan dengan penelitian Khairuddin et al. (2023) yang menyoroti rendahnya integrasi model bisnis digital pada UMKM di Indonesia. Selain itu, 95% peserta menilai pelatihan pemasaran digital sangat penting, menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk intervensi pendidikan berbasis teknologi. Hal ini mendukung kajian Cahyani et al. (2024) yang menekankan pentingnya pendidikan kewirausahaan digital sebagai fondasi pengembangan ekonomi kreatif berkelanjutan.

Kesulitan dalam membuat konten visual dialami oleh 75% peserta, yang memperkuat urgensi pelatihan berbasis praktik. Temuan ini konsisten dengan teori konstruktivistik yang menekankan bahwa keterampilan akan lebih berkembang jika peserta terlibat aktif dalam proses pembelajaran (Asy'ari et al., 2019). Minat tinggi terhadap mobile learning (85%) menunjukkan bahwa pendekatan M-IBL relevan dengan kebutuhan peserta. Hal ini sejalan dengan temuan Galimova et al. (4) yang menegaskan bahwa mobile learning meningkatkan fleksibilitas dan keterlibatan peserta dalam proses pembelajaran. Dengan adanya angket kebutuhan ini, pelatihan berbasis M-IBL dirancang sesuai kebutuhan nyata peserta: peningkatan literasi digital, pemasaran daring, branding produk, dan pemanfaatan marketplace.

Efektivitas pelatihan berbasis Mobile Inquiry-Based Learning dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital peserta

Evaluasi pelatihan menunjukkan adanya peningkatan kompetensi peserta setelah mengikuti program berbasis M-IBL. Peningkatan terjadi pada seluruh indikator, dengan rata-rata kenaikan sebesar 23,3 poin atau sekitar 37,2%.

Tabel 3. Hasil Pre-Test dan Post-Test

Indikator	Pretest	Posttest
Literasi Digital	65.2	87.4
Pemasaran Digital	61.8	85.6
Pengelolaan Market place	59.7	84.3
Branding Product	63.5	86.1
Rata-Rata	62.6	85.9

Peningkatan ini menunjukkan bahwa pendekatan M-IBL efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap konsep kewirausahaan digital. Hal ini sejalan dengan temuan Arifin et al (2025); Wibowo et al. (2024) yang menegaskan bahwa pembelajaran inquiry berbasis mobile mampu meningkatkan keterampilan berpikir kreatif secara signifikan. Pembelajaran berbasis inquiry memungkinkan peserta memperoleh pengalaman belajar yang lebih kontekstual karena berangkat dari permasalahan nyata yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha (Munawaroh et al., 2025; Nugroho 2021).

Peningkatan Keterampilan Kewirausahaan Digital Selain peningkatan pengetahuan, peserta menunjukkan perkembangan signifikan pada aspek keterampilan praktis. Sebanyak 90% peserta berhasil membuat akun bisnis digital dan mengoptimalkan media sosial sebagai sarana promosi produk. Sebanyak 83% peserta mampu mengembangkan konten pemasaran berbasis visual yang lebih menarik, sementara 80% peserta telah memanfaatkan marketplace untuk memperluas jangkauan pemasaran produk. Temuan ini sejalan dengan teori konstruktivistik yang menekankan bahwa pembelajaran akan lebih efektif apabila peserta terlibat secara aktif dalam proses pencarian dan pemecahan masalah (Asy'ari et al 2019). Integrasi perangkat mobile juga memberikan fleksibilitas belajar sehingga peserta dapat mengakses sumber belajar kapan saja dan di mana saja (Porter, 2019; Rauf et al., 2024; Wibowo et al., 2024).

Dampak program terhadap ekonomi kreatif adalah dengan program ini memberikan dampak positif terhadap pengembangan ekonomi kreatif masyarakat. Peserta mulai menerapkan strategi pemasaran digital yang lebih sistematis dan mampu meningkatkan visibilitas produk melalui berbagai platform digital. Selain itu, peserta juga memperoleh wawasan mengenai pentingnya inovasi produk, pengelolaan pelanggan, dan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan daya saing usaha.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelatihan berbasis M-IBL tidak hanya meningkatkan kompetensi individu, tetapi juga berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan kajian Cahyani et al., (2023) yang menekankan bahwa ekosistem digital di Asia membutuhkan intervensi pendidikan untuk menjembatani kesenjangan keterampilan digital. Dengan

demikian, kegiatan pengabdian ini mampu menjawab kebutuhan nyata masyarakat sekaligus memberikan kontribusi terhadap pengembangan ekonomi kreatif berkelanjutan.

Persepsi dan pengalaman peserta terhadap efektivitas pelatihan berbasis Mobile Inquiry-Based Learning dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital.

Temuan wawancara ini sejalan dengan hasil kuantitatif pre-test dan post-test yang menunjukkan peningkatan rata-rata kompetensi sebesar 37,2%. Peserta menilai M-IBL efektif karena pembelajaran berbasis inquiry berangkat dari permasalahan nyata usaha mereka, sehingga lebih kontekstual dan aplikatif. Hal ini konsisten dengan pendapat Arifin et al. (2025) yang menegaskan bahwa inquiry learning meningkatkan keterampilan berpikir kritis dan kreatif.

Selain itu, persepsi positif peserta terhadap mobile learning mendukung Raauf et al. (2024) yang menyatakan bahwa pembelajaran berbasis mobile meningkatkan fleksibilitas dan keterlibatan peserta. Peserta juga menilai bahwa pendampingan praktik dalam pelatihan membantu mereka mengatasi kesulitan teknis, terutama dalam pembuatan konten visual dan pengelolaan marketplace.

Namun, wawancara juga mengungkapkan adanya kendala lanjutan, seperti keterbatasan akses internet dan konsistensi dalam menerapkan strategi digital. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun M-IBL efektif meningkatkan kompetensi, diperlukan dukungan berkelanjutan agar keterampilan yang diperoleh dapat diimplementasikan secara optimal. Temuan ini sejalan dengan Wibowo et al.(2024) yang menekankan perlunya intervensi pendidikan untuk menjembatani kesenjangan keterampilan digital di Asia.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan kewirausahaan digital berbasis Mobile Inquiry-Based Learning (M-IBL) terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi wirausaha muda di Kabupaten Jombang. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada aspek literasi digital, pemasaran digital, pengelolaan marketplace, dan branding produk dengan rata-rata kenaikan sebesar 37,2%. Persepsi dan pengalaman peserta menunjukkan bahwa pelatihan berbasis M-IBL efektif dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital. Peserta merasa lebih siap menghadapi tantangan era digital, meskipun masih membutuhkan pendampingan lanjutan untuk mengatasi kendala teknis dan konsistensi penerapan strategi usaha.

Selain peningkatan pengetahuan, peserta juga menunjukkan perkembangan keterampilan praktis, seperti pembuatan akun bisnis digital, pengembangan konten promosi, dan pemanfaatan marketplace. Dampak program tidak hanya dirasakan pada level individu, tetapi juga berkontribusi terhadap penguatan ekonomi kreatif lokal melalui penerapan strategi pemasaran digital yang lebih sistematis. Dengan demikian, pelatihan berbasis M-IBL dapat dijadikan model pemberdayaan wirausaha muda yang relevan dengan kebutuhan era digital. Program ini sekaligus menjadi inovasi dalam pengabdian masyarakat karena mengintegrasikan pendekatan inquiry dengan teknologi mobile, sehingga memberikan pengalaman belajar yang fleksibel, kontekstual, dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Jombang sebagai para peserta wirausaha muda, serta tim pelaksana kegiatan yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan program pengabdian ini. Terima kasih juga disampaikan kepada pihak akademisi yang mendukung terlaksananya pelatihan kewirausahaan digital berbasis M-IBL. Dukungan semua pihak telah memungkinkan kegiatan ini berjalan dengan baik dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat.

REFERENSI

- Asy'ari, M.,Ikhsan, M.&Muhali.(2019). The Effectiveness of Inquiry Learning Model in Improving Prospective Teachers' Metacognition Knowledge and Metacognition Awareness, *International Journal of Instruction* 12(2), 455-470.
- Arifin, Z., Sukarmin, Saputro, S., & Kamari, A. (2025). The effect of inquiry-Based Learning On Students' Critical Thinking Skills In Science Education: A Systematic Review And Meta-

- Analysis. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 21(3), em2592. <https://doi.org/10.29333/ejmste/15988>
- Cahyani, L., Hidayat, R., & Marcelino, D. (2023). Strengthening Digital Capabilities And Entrepreneurship for Smes In The Creative Economy Sector During A Pandemic. *Jurnalpenyuluhan*, 19(01), 93–103.
- Gunawan, A. F. (2024). The Impact Of Entrepreneurial Characteristics And Competencies Onbusiness Performance In The Creative Industry In Indonesia. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 18(3), 300–317.
- Howkins, J. (2020). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin.
- Khairuddin, Z. N., Mohd Sauh, S., & Asmaai, M. (2023). Entrepreneurship Education at Higher Learning Institutions (HLI): Policy Mismatch and Recommendations. *Malaysian Journal of Business, Economics and Management*, 27–33. <https://doi.org/10.56532/mjbem.v2i1.8>
- Munawaroh, Susilowati, L., Atmojo, C.T., Lenggono, K.A. The Impact of Mobile App-Based Project-Based Learning on Transformation Entrepreneurship Education: Case studies Universities in Indonesia.
- Nugroho, A. (2021). Kendala UMKM dalam Pemanfaatan Teknologi Digital. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 33.
- Porter, M. (2019). *Competitive Advantage in the Digital Era*. Harvard Business Review, 12.
- Rauf R, Raheni C, Tovan, et al.(2024). Entrepreneurship education and digital transformation, opportunities and challenges in Indonesia. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*. 8(12):7740. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i12.7740>
- Wibowo, N. A., Wahyudi, E. J., Ismawati, L., Hermawan, A., & Wardana, L. W. (2024). Opportunities and challenges of digital transformation for creative economy development: Study literature review. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(1), 1369–138