

ANALISIS PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN SIKAP KEWIRAUSAHAAN SYARIAH TERHADAP POTENSI BISNIS DIGITAL (STUDI KASUS MAHASISWA EKONOMI SYARIAH UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA)

Alda Amalia¹, Moch. Mukhsin²

5554230092@untirta.ac.id¹, moh.mukhsin@untirta.ac.id²

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh literasi digital (X1) dan sikap kewirausahaan syariah (X2) terhadap potensi bisnis digital syariah (Y) pada mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa semester 4 ke atas. Latar belakang penelitian didasari rendahnya literasi digital dan sikap kewirausahaan syariah mahasiswa meski peluang bisnis digital syariah semakin besar di era transformasi ekonomi Islam. Populasi mencakup seluruh mahasiswa aktif dengan sampel 100 responden melalui purposive sampling dan rumus Slovin ($e=10\%$). Data primer dikumpul via kuesioner Likert skala 1-5 berdasarkan indikator operasional variabel, dianalisis dengan PLS-SEM menggunakan SmartPLS 3.0. Analisis mencakup pengujian validitas ($AVE>0.5$, loading factor >0.7), reliabilitas (Cronbach Alpha >0.6 , CR >0.7), asumsi klasik (normalitas Kolmogorov-Smirnov, heteroskedastisitas Glejser, multikolinearitas VIF <10), uji t parsial, uji F simultan, dan koefisien determinasi R^2 . Hasil menunjukkan literasi digital dan sikap kewirausahaan syariah berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap potensi bisnis digital, dengan model menjelaskan variasi kuat ($R^2>0.6$). Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ekonomi digital syariah bagi generasi muda serta rekomendasi program pelatihan kewirausahaan berbasis teknologi halal di institusi Pendidikan.

Kata Kunci: Literasi Digital, Kewirausahaan Syariah, Potensi Bisnis Digital, PLS-SEM, Mahasiswa Ekonomi Syariah.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of digital literacy (X1) and Sharia entrepreneurial attitude (X2) on Sharia digital business potential (Y) among Sharia Economics students at Sultan Ageng Tirtayasa University in semesters 4 and above. The research background stems from low digital literacy and Sharia entrepreneurial attitudes among students despite growing opportunities in Sharia digital business amid Islamic economic transformation. The population comprises all active students, with a sample of 100 respondents selected via purposive sampling and Slovin formula ($e=10\%$). Primary data were collected through Likert-scale questionnaires (1-5) based on operational indicators of variables, analyzed using PLS-SEM with SmartPLS 3.0. Analysis includes validity tests ($AVE>0.5$, loading factor >0.7), reliability (Cronbach Alpha >0.6 , CR >0.7), classical assumptions (Kolmogorov-Smirnov normality, Glejser heteroscedasticity, VIF <10 multicollinearity), partial t-test, simultaneous F-test, and coefficient of determination R^2 . Findings indicate that digital literacy and Sharia entrepreneurial attitude significantly influence Sharia digital business potential both partially and simultaneously, with the model exhibiting strong explanatory power ($R^2>0.6$). This research contributes to advancing Sharia digital economy for young generations and provides recommendations for halal technology-based entrepreneurship training programs in educational institutions.

Keywords: Digital Literacy, Sharia Entrepreneurship, Digital Business Potential, PLS-SEM, Sharia Economics Students.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam dunia bisnis, termasuk pada sektor bisnis berbasis platform seperti e-commerce, fintech, dan marketplace. Digitalisasi berperan penting dalam meningkatkan efisiensi, memperluas

jangkauan pasar, serta mempercepat pertumbuhan usaha, tidak hanya pada perusahaan besar tetapi juga UMKM dan generasi muda, khususnya mahasiswa. Dalam perspektif ekonomi syariah, perkembangan ini membuka peluang inovasi bisnis yang tetap berlandaskan prinsip keadilan, transparansi, serta larangan riba, gharar, dan maysir, seperti melalui fintech syariah dan e-commerce halal.

Bagi mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, digitalisasi menghadirkan peluang besar untuk menjadi pelaku bisnis digital syariah. Mahasiswa memiliki potensi untuk mengembangkan usaha berbasis platform digital yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Namun, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal karena masih terdapat kendala, terutama perbedaan tingkat literasi digital serta sikap kewirausahaan syariah yang belum terbentuk secara kuat. Rendahnya literasi digital dapat menyebabkan ketidaktepatan dalam memanfaatkan platform digital, sementara lemahnya sikap kewirausahaan syariah berisiko menimbulkan praktik bisnis yang tidak sesuai prinsip Islam. Dan potensi besar tersebut tidak serta-merta dapat dimanfaatkan secara optimal. Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa masih berperan sebagai konsumen digital, belum optimal sebagai pelaku bisnis. Selain itu, pemahaman terhadap penerapan prinsip syariah dalam praktik bisnis digital juga masih terbatas.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya permasalahan utama, yaitu belum optimalnya pemanfaatan platform digital oleh mahasiswa Ekonomi Syariah UNTIRTA dalam mengembangkan bisnis digital syariah, meskipun peluang pasar produk dan layanan halal terus meningkat. Penelitian terdahulu lebih banyak menyoroti digitalisasi UMKM dan fintech syariah, sementara kajian empiris yang secara khusus meneliti mahasiswa Ekonomi Syariah sebagai calon pelaku bisnis digital syariah masih terbatas.

Oleh karena itu, penelitian ini memiliki novelty pada fokus kajian yang menguji pengaruh literasi digital dan sikap kewirausahaan syariah, baik secara parsial maupun simultan, terhadap potensi bisnis digital syariah mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis bagi pengembangan literatur ekonomi digital syariah serta menjadi rujukan praktis bagi mahasiswa, institusi pendidikan, dan pemangku kebijakan dalam memperkuat ekosistem bisnis digital syariah.

METODELOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif untuk menguji pengaruh literasi digital (X1) dan sikap kewirausahaan syariah (X2) terhadap potensi bisnis digital (Y) pada mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Metode ini melibatkan analisis regresi linear berganda dengan software SmartPLS 3.0, yang memungkinkan pengujian model struktural tanpa asumsi ketat normalitas data.

Populasi dan Sampel

Populasi mencakup mahasiswa aktif Ekonomi Syariah Untirta semester 4 ke atas, dipilih karena telah memahami prinsip bisnis syariah dan kewirausahaan. Sampel diambil purposive sampling dengan rumus Slovin ($e=10\%$), menghasilkan sekitar 100 responden untuk mewakili populasi target studi kasus.

Instrumen dan Pengumpulan Data

Instrumen utama adalah kuesioner Likert dengan indikator operasional: X1 (akses informasi digital, komunikasi efektif, platform bisnis, etika digital); X2 (niat syariah, persepsi etika Islam, tanggung jawab sosial, komitmen keberkahan); Y (rencana usaha syariah, keterlibatan wirausaha, kesiapan modal). Data primer dari kuesioner tertutup,

didukung data sekunder dari literatur dan dokumen institusi; pengujian validitas (Pearson, AVE>0.5) dan reliabilitas (Cronbach Alpha>0.6, Composite Reliability>0.7).

Teknik Analisis Data

Pengujian meliputi asumsi klasik (normalitas Kolmogorov-Smirnov, heteroskedastisitas Glejser, multikolinearitas VIF<10, autokorelasi Durbin-Watson), uji t parsial, uji F simultan, dan koefisien determinasi (R²). Model regresi: $Y=a+b_1X_1+b_2X_2+e$, dievaluasi outer/inner model PLS-SEM untuk validitas konvergen/diskriminan dan prediksi $Q^2>0$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dekripsi Data Penelitian

1. Karakteristik Responden

Responden didominasi oleh mahasiswa perempuan sebesar 55%, sementara laki-laki mencapai 45%, menunjukkan keseimbangan gender yang umum di program Ekonomi Syariah Untirta. Komposisi ini relevan untuk menganalisis pengaruh literasi digital dan sikap kewirausahaan syariah terhadap potensi bisnis digital tanpa bias gender signifikan.

Tabel 1. Jumlah Dan Data Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No | Keterangan | Jumlah | Presentase |
|----|------------|--------|------------|
| 1 | Laki-Laki | 45 | 45 % |
| 2 | Perempuan | 55 | 55 % |
| 3 | Jumlah | 100 | 100% |

1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan oleh peneliti didapatkan hasil berikut :

Tabel 2. Convergent Validity

| Variabel | Outer Loadings | Kesimpulan |
|----------|----------------|------------|
| X1_1 | 0.959 | Valid |
| X1_2 | 0.926 | Valid |
| X1_3 | 0.957 | Valid |
| X1_4 | 0.943 | Valid |
| X1_5 | 0.946 | Valid |
| X2_1 | 0.936 | Valid |
| X2_2 | 0.935 | Valid |
| X2_3 | 0.932 | Valid |
| X2_4 | 0.913 | Valid |
| X2_5 | 0.915 | Valid |
| Y_1 | 0.934 | Valid |

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS 3.0

Berdasarkan hasil Tabel 2. pengolahan data menggunakan SmartPLS, diperoleh bahwa seluruh indikator pada variabel Literasi Digital (X1) memiliki nilai outer loading berkisar antara 0,926 sampai 0,959. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator X1 mampu merefleksikan konstruk Literasi Digital dengan sangat baik. Selanjutnya, pada variabel Sikap terhadap Kewirausahaan Syariah (X2), seluruh indikator memiliki nilai outer loading antara 0,913 hingga 0,936. Nilai tersebut telah melampaui batas minimum yang disyaratkan, sehingga seluruh indikator X2 dinyatakan valid dan layak digunakan dalam model penelitian. Sementara itu, pada variabel Potensi Bisnis Digital Syariah (Y), nilai outer loading indikator berada pada rentang 0,908 hingga 0,934. Hasil ini menunjukkan bahwa

setiap indikator mampu menjelaskan konstruk Potensi Bisnis Digital Syariah secara kuat dan konsisten.

2. Uji Discriminant Validity

Tabel 3. Discriminat Validity

| Variabel | X1: Literasi Digital | X2: Sikap terhadap Kewirausahaan Syariah | Y: Potensi Bisnis Digital Syariah |
|----------|----------------------|--|-----------------------------------|
| X1_1 | 0.959 | | |
| X1_2 | 0.926 | | |
| X1_3 | 0.957 | | |
| X1_4 | 0.943 | | |
| X1_5 | 0.946 | | |
| X2_1 | | 0.936 | |
| X2_2 | | 0.935 | |
| X2_3 | | 0.932 | |
| X2_4 | | 0.913 | |
| X2_5 | | 0.915 | |
| Y_1 | | | 0.934 |
| Y_2 | | | 0.908 |
| Y_3 | | | 0.934 |
| Y_4 | | | 0.913 |

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS 3.0

Berdasarkan hasil tabel 1.3 uji discriminant validity menggunakan cross loading pada SmartPLS, diketahui bahwa seluruh indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk yang diukur dibandingkan dengan konstruk lainnya. Indikator-indikator pada variabel Literasi Digital (X1) menunjukkan nilai loading berkisar antara 0.926–0.959, yang seluruhnya lebih tinggi pada konstruk X1 dibandingkan konstruk lain. Hal ini menunjukkan bahwa indikator X1 mampu membedakan variabel Literasi Digital dengan variabel lainnya.

Selanjutnya, indikator pada variabel Sikap terhadap Kewirausahaan Syariah (X2) memiliki nilai loading antara 0.913–0.936, dan seluruhnya juga lebih tinggi pada konstruk X2 dibandingkan konstruk lain. Dengan demikian, indikator X2 dinyatakan mampu mengukur konstruknya secara spesifik. Sementara itu, indikator pada variabel Potensi Bisnis Digital Syariah (Y) memiliki nilai loading berkisar antara 0.908–0.934, dan menunjukkan nilai tertinggi pada konstruk Y.

3. Uji Pangkat Dari AVE

Tabel 4. Uji Pangkat Dari Ave

| | X1: Literasi Digital | X2: Sikap terhadap Kewirausahaan Syariah | Y: Potensi Bisnis Digital Syariah |
|--|----------------------|--|-----------------------------------|
| X1: Literasi Digital | 0.946 | | |
| X2: Sikap terhadap Kewirausahaan Syariah | -0.233 | 0.926 | |
| Y: Potensi Bisnis Digital Syariah | 0.54 | 0.46 | 0.922 |

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS 3.0

Berdasarkan hasil tabel 4. uji pangkat AVE (Fornell–Larcker Criterion), nilai akar kuadrat AVE pada variabel Literasi Digital (X1) sebesar 0,946, Sikap terhadap Kewirausahaan Syariah (X2) sebesar 0,926, dan Potensi Bisnis Digital Syariah (Y) sebesar 0,922. Seluruh nilai tersebut lebih besar dibandingkan nilai korelasi antar variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing konstruk memiliki tingkat perbedaan yang jelas

dan mampu membedakan dirinya dari konstruk lain dalam model penelitian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel telah memenuhi kriteria discriminant validity berdasarkan uji pangkat AVE, sehingga model pengukuran dinyatakan valid secara diskriminan.

4. Uji Signifikansi/P Value <0.05

Tabel 5. Uji Signifikansi/P Value <0.05

| | Sampel Asli (O) | Rata-rata Sampel (M) | Standar Deviasi (STDEV) | T Statistik (O/STDEV) | P Values |
|---------|-----------------|----------------------|-------------------------|-------------------------|----------|
| X1-> Y | 0.684 | 0.692 | 0.052 | 13.055 | 0 |
| X2 -> Y | 0.619 | 0.613 | 0.062 | 9.997 | 0 |

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS 3.0

Berdasarkan hasil pengujian signifikansi menggunakan SmartPLS, diketahui bahwa jalur Literasi Digital (X1) terhadap Potensi Bisnis Digital Syariah (Y) memiliki nilai T-Statistik sebesar 13,055 dengan P-Value sebesar 0,000 (< 0,05).

Hasil ini menunjukkan bahwa Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Potensi Bisnis Digital Syariah, sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh X1 terhadap Y diterima. Selanjutnya, jalur Sikap terhadap Kewirausahaan Syariah (X2) terhadap Potensi Bisnis Digital Syariah (Y) memiliki nilai T-Statistik sebesar 9,997 dengan P-Value sebesar 0,000 (< 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa Sikap terhadap Kewirausahaan Syariah juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Potensi Bisnis.

5. Uji Composit Reability Dan AVE (Average Variance Extracted)

Tabel 6. Uji Composit Reability Dan AVE (Average Variance Extracted)

| | Cronbach's Alpha | rho_A | Reliabilitas Komposit | Rata-rata Varians Diekstrak (AVE) |
|--|------------------|-------|-----------------------|-----------------------------------|
| X1: Literasi Digital | 0.971 | 0.975 | 0.977 | 0.895 |
| X2: Sikap terhadap Kewirausahaan Syariah | 0.959 | 0.964 | 0.968 | 0.858 |
| Y: Potensi Bisnis Digital Syariah | 0.941 | 0.943 | 0.958 | 0.851 |

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS 3.0

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas komposit (Composite Reliability), diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Variabel X1 (Literasi Digital) memiliki nilai reliabilitas komposit sebesar 0,977. Nilai ini melebihi batas minimum 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 mempunyai tingkat konsistensi internal yang sangat tinggi, dan indikator-indikatornya mampu mengukur konstruk secara stabil dan andal.
2. Variabel X2 (Sikap terhadap Kewirausahaan Syariah) menunjukkan nilai reliabilitas komposit sebesar 0,968. Nilai tersebut lebih besar dari 0,7, yang berarti bahwa variabel X2 memiliki ketahanan dan konsistensi internal yang sangat baik, sehingga layak digunakan dalam penelitian.
3. Variabel Y (Potensi Bisnis Digital Syariah) memperoleh nilai reliabilitas komposit sebesar 0,958. Nilai ini juga melampaui standar 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator pada variabel Y memiliki reliabilitas yang tinggi dan mampu mengukur konstruk secara konsisten dalam jangka panjang.

Berdasarkan hasil pengujian AVE (Average Variance Extracted), diperoleh hasil sebagai berikut:

- Berdasarkan tabel 4.3 hasil pengujian menggunakan SmartPLS, nilai Average Variance Extracted (AVE) pada variabel Literasi Digital (X1) sebesar 0,895, Sikap terhadap Kewirausahaan Syariah (X2) sebesar 0,858, dan Potensi Bisnis Digital Syariah (Y) sebesar 0,851. Seluruh nilai AVE tersebut lebih besar dari 0,50, sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi kriteria validitas konvergen. Dengan demikian, konstruk dalam penelitian ini mampu menjelaskan varians indikatornya dengan baik dan dinyatakan valid

6. Uji R Square

Tabel 7. Tabel R Square

| | R Square | Adjusted R Square |
|-----------------------------------|----------|-------------------|
| Y: Potensi Bisnis Digital Syariah | 0.654 | 0.646 |

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS 3.0

Berdasarkan tabel 1.7 hasil pengujian R Square, diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,654 pada variabel Y (Potensi Bisnis Digital Syariah). Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan sebesar 65,4% variasi pada variabel dependen, sedangkan sisanya 34,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Selanjutnya, nilai Adjusted R Square sebesar 0,646 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen, model masih mampu menjelaskan sekitar 64,6% variasi variabel Potensi Bisnis Digital Syariah. Nilai ini mendekati 0,7, sehingga dapat dikategorikan memiliki kemampuan penjelasan model yang cukup kuat (moderate hingga kuat).

7. Uji F Square

Tabel 8. Tabel Uji F Square

| | X1 | X2 | Y: |
|--|----|----|-------|
| X1: Literasi Digital | | | 1.276 |
| X2: Sikap terhadap Kewirausahaan Syariah | | | 1.046 |
| Y: Potensi Bisnis Digital Syariah | | | |

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS 3.0

Berdasarkan hasil tabel 8. uji F-Square (f^2) pada SmartPLS, diperoleh nilai pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen Potensi Bisnis Digital Syariah (Y) sebagai berikut:

- Pengaruh Literasi Digital (X1) terhadap Potensi Bisnis Digital Syariah (Y) Nilai f-square sebesar 1,276, yang menunjukkan bahwa pengaruh X1 terhadap Y tergolong sangat kuat (large effect). Hal ini berarti Literasi Digital memiliki kontribusi yang besar dalam menjelaskan Potensi Bisnis Digital Syariah.
- Pengaruh Sikap terhadap Kewirausahaan Syariah (X2) terhadap Potensi Bisnis Digital Syariah (Y) Nilai f-square sebesar 1,046, yang juga termasuk dalam kategori pengaruh sangat kuat (large effect). Hasil ini menunjukkan bahwa Sikap terhadap Kewirausahaan Syariah memberikan kontribusi yang signifikan dan dominan terhadap Potensi Bisnis Digital Syariah.

Hipotesis

- Pengaruh Literasi Digital (X1) terhadap Potensi Bisnis Digital Syariah

(Y) Nilai f-square sebesar 1,276, yang menunjukkan bahwa pengaruh X1 terhadap Y tergolong sangat kuat (large effect). Hal ini berarti Literasi Digital memiliki kontribusi yang besar dalam menjelaskan Potensi Bisnis Digital Syariah. Menurut Juliandi (2018) dalam beberapa artikel PLS-SEM, nilai f-square 0,02 = kecil, 0,15 = sedang, 0,35 = besar (large effect) dan digunakan untuk menilai kontribusi variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam model STRUCTURAL.

- Pengaruh Sikap terhadap Kewirausahaan Syariah (X2) terhadap Potensi Bisnis Digital Syariah (Y) Nilai f-square sebesar 1,046, yang juga termasuk dalam kategori pengaruh sangat kuat (large effect). Hasil ini menunjukkan bahwa Sikap terhadap Kewirausahaan Syariah memberikan kontribusi yang signifikan dan dominan terhadap Potensi Bisnis Digital Syariah. Menurut Subhaktiyasa, P. G. (2024). PLS-SEM for Multivariate Analysis: A Practical Guide to Educational Research using SmartPLS. EduLine: Journal of Education and Learning Innovation.
- pada variabel Potensi Bisnis Digital Syariah (Y). Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel Literasi Digital dan Sikap terhadap Kewirausahaan Syariah secara simultan mampu menjelaskan 65,4 variasi Potensi Bisnis Digital Syariah, sedangkan 34,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen, model masih mampu menjelaskan sekitar 64,6% variasi variabel Potensi Bisnis Digital Syariah.

Hasil

Nilai ini mendekati 0,7, sehingga dapat dikategorikan memiliki kemampuan penjelasan model yang cukup kuat (moderate hingga kuat). Menurut Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). Evaluation of the Structural Model in PLS-SEM. Springer.

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SmartPLS, diperoleh temuan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima. Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa Literasi Digital (X1) dan Sikap terhadap Kewirausahaan Syariah (X2) masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Potensi Bisnis Digital Syariah (Y). Selain itu, hasil uji simultan melalui nilai R-Square menunjukkan bahwa kedua variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi Potensi Bisnis Digital Syariah dalam kategori cukup kuat. Dengan demikian, model penelitian yang dibangun dinyatakan layak dan mampu menjelaskan hubungan antara literasi digital, sikap kewirausahaan syariah, dan potensi bisnis digital syariah pada mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Digital terhadap Potensi Bisnis Digital Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Potensi Bisnis Digital Syariah. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi digital mahasiswa, maka semakin besar pula potensi mereka dalam mengembangkan bisnis digital berbasis syariah. Literasi digital memungkinkan mahasiswa untuk memahami penggunaan platform digital, memanfaatkan teknologi secara efektif, serta mengelola informasi digital dalam kegiatan kewirausahaan.

Hasil ini sejalan dengan kajian sebelumnya yang menyatakan bahwa penguasaan teknologi digital berperan penting dalam meningkatkan peluang usaha, efisiensi operasional, dan perluasan pasar dalam konteks ekonomi syariah. Dengan literasi digital yang baik, mahasiswa mampu menghindari praktik digital yang bertentangan dengan prinsip syariah dan lebih siap mengembangkan bisnis yang sesuai dengan nilai Islam.

2. Pengaruh Sikap terhadap Kewirausahaan Syariah terhadap Potensi Bisnis Digital

Syariah Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa Sikap terhadap Kewirausahaan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Potensi Bisnis Digital Syariah. Hal ini menandakan bahwa sikap kewirausahaan yang dilandasi nilai-nilai syariah, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab, berperan penting dalam membentuk kesiapan mahasiswa untuk terjun ke dalam bisnis digital syariah.

Mahasiswa yang memiliki sikap kewirausahaan syariah yang baik cenderung lebih percaya diri, memiliki motivasi yang tinggi, serta mampu menjalankan usaha dengan mempertimbangkan aspek etika dan kepatuhan syariah. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa aspek sikap dan nilai religius tidak dapat dipisahkan dari pengembangan bisnis digital syariah.

Pengaruh Literasi Digital dan Sikap Kewirausahaan Syariah secara Simultan terhadap Potensi Bisnis Digital Syariah Hasil uji simultan melalui nilai R-Square menunjukkan bahwa Literasi Digital dan Sikap terhadap Kewirausahaan Syariah secara bersama-sama berpengaruh terhadap Potensi Bisnis Digital Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa potensi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menggunakan metode SEM-PLS (SmartPLS), dapat disimpulkan bahwa literasi digital dan sikap terhadap kewirausahaan syariah memiliki peran penting dalam meningkatkan potensi bisnis digital syariah pada mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap potensi bisnis digital syariah, yang menandakan bahwa kemampuan mahasiswa dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital mendorong kesiapan mereka dalam mengembangkan usaha berbasis platform digital sesuai prinsip syariah. Selain itu, sikap kewirausahaan syariah juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan, sehingga nilai-nilai seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku kewirausahaan mahasiswa. Secara simultan, literasi digital dan sikap kewirausahaan syariah mampu menjelaskan sebagian besar variasi potensi bisnis digital syariah, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0,654, yang berarti bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi yang cukup kuat terhadap pengembangan bisnis digital syariah mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Salsabila, S. S. (2025). Peran Fintech Syariah dalam Mendorong Inklusi Keuangan pada Gen Z. *Indo-Fintech Intellectuals. Journal of Economics and Business.*
- Al-Ali, M. (2021). Digital Literacy and Digital Entrepreneurship Competitiveness among University Students in UAE. *International Journal of Digital Economy (Vol. 5 No. 3).*
- Arifin, M. (2022). Sikap Kewirausahaan Syariah dan Kesiapan Berwirausaha Digital Mahasiswa Muslim. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Syariah (Vol. 5 No. 1).*
- Fatonnah, D. D. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Syariah. *Hawalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah, .*
- Fitriani. (2021). Pertimbangan Akademik dalam Penentuan Populasi Mahasiswa untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Kewirausahaan Syariah. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Islam.*
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, M. (2022). Digital Entrepreneurial Barriers Among Muslim Students in Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Kewirausahaan Islam (Vol. 4 No. 2).*

- Hair, J. F. (2022). *Evaluation of the Structural Model in PLS-SEM*. Springer.
- Hidayat, A. (2021). Digital Literacy and Students' Online Entrepreneurship Readiness. *Jurnal Pendidikan Ekonomi* (Vol. 14 No. 2).
- Idrees, M. A. (2024). Comparative Analysis of FinTech Adoption Among Islamic and Conventional Entrepreneurs in Emerging Economies. *International Journal of Islamic Economics and Finance Research*.
- Idrees, M. A. (2024). Islamic Entrepreneurial Attitude and Halal Business Growth in Emerging Markets. *International Journal of Islamic Economics and Finance Research* (Vol. 9 No. 1).
- Ismahani, N. P. (2024). Keuangan Syariah Bertransformasi: Literasi dan Inklusi Digital untuk Memerangi Jebakan Pinjaman Online Ilegal. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam (SEBI)*, J.
- JIE. (2024). Transformasi Digital dalam Keuangan Islam: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*.
- Jihad, F. M. (2023). Kajian Pengembangan Bisnis Syariah di Era Digitalisasi. *Jurnal Cakrawala Ilmiah (Bajang Journal)*.
- Junaidi. (2018). PLS-SEM, nilai f-square 0,02 = kecil, 0,15 = sedang, 0,35 = besar (large effect).
- Khairunisa, N. A. (2023). Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *ASSET: Jurnal Manajemen dan Bisnis* (Vol. 12 No. 1).
- Khairunisa, N. A. (2023). Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *ASSET: Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Nasution, H. (2020). Challenges of Islamic Entrepreneurial Attitudes Among University Students. *Indonesian Journal of Islamic Economics* (Vol. 3 No. 2).
- Nugroho, L. (2023). Institutional Barriers and the Failure of Digital Entrepreneurship Programs. *Jurnal Manajemen Inovasi Digital* (Vol. 5 No. 3).
- Oetomo, R. K. (2023). Digital Productivity Gap among Indonesian University Students. *Jurnal Mentari: Manajemen dan Teknologi Informasi* (Vol. 4 No. 1).
- Putra, A. (2022). Barriers to Applying Islamic Values in Digital Business Practices. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Teknologi* (Vol. 7 No. 1).
- R. Syahputra, A. H. (2023). Analisis Perkembangan Fintech Syariah dan E-Commerce Halal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*.
- Rahman, F. &. (2021). Islamic Ethical Values and Entrepreneurial Decision-Making. *Journal of Islamic Business and Ethics* (Vol. 6 No. 2).
- Robertus Koesmaryanto Oetomo, P. D. (2023). Literasi Digital Mahasiswa Menggunakan Kerangka Pengukuran Literasi Digital Koinfo. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan, dan Teknologi Informasi*.
- Salsabila, A. S. (2025). Gen Z Readiness for Halal Digital Economy and Fintech Adoption. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business* (Vol. 3 No. 1).
- Salsabila, A. S. (2025). Peran Fintech Syariah dalam Mendorong Inklusi Keuangan pada Gen Z. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*.
- Saputra, F. Q. (2023). Transformasi Digital dan Kewirausahaan Syariah di Era Modernitas: Peluang dan Tantangan dalam Ekonomi Syariah di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*.
- Sari, M. &. (2021). Digital Literacy Barriers and Entrepreneurial Intention among College Students. *Journal of Educational Technology and Society* (Vol. 24 No. 2).
- Sekaran. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). United Kingdom.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). LS-SEM for Multivariate Analysis: A Practical Guide to Educational Research using SmartPLS. *EduLine: Journal of Education and Learning Innovation*.
- Sudarmanto, E. Y. (2024). Digital Transformation in Islamic Finance: Implications for Halal Digital Entrepreneurship. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* (Vol. 12 No. 1).
- Sudarmanto, E. Y. (2024). Transformasi Digital dalam Keuangan Islam: Peluang dan Tantangan.

Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (STIE AAS).

Sugiono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.

Sugiono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. Alfabeta.

Sugiono. (2019). Pengembangan sistem computer based test (CBT) tingkat sekolah. Jurnal Teknologi Pendidikan.

Supriyadi. (2024). Pendekatan Kuantitatif dan Metode Asosiatif dalam Analisis Hubungan Antar Variabel Penelitian Sosial. Jurnal Metodologi Penelitian Sosial.

Syahputra, R. H. (2023). Analisis Perkembangan Fintech Syariah dan E-Commerce Halal di Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah.

Syahputra, R. H. (2023). Fintech Syariah and Halal E-Commerce Development in Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah (Vol. 8 No. 2).

UNESCO. (2022). Digital Literacy Global Framework (DLGF).