PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP MINAT MAHASISWA MENJADI DIGITAL ENTERPRENEUR MUSLIM

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Gelar Magister dalam Bidang Ekonomi syariah

Program Studi: Ekonomi syariah

Oleh:

ZULFA FADILLA NPM. 2271040135

PROGRAM PASCASARJANA (PPs) INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO LAMPUNG

1446 H / 2025 M

PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP MINAT MAHASISWA MENJADI DIGITAL ENTERPRENEUR MUSLIM

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Guna Mencapai Gelar Magister Ekonomi dalam Bidang Ekonomi syariah

Program Study: Ekonomi syariah

Oleh :

ZULFA FADILLA NPM. 2271040135

Pembimbing I: Dr. Imam Mustofa, M.SI

Pembimbing II: Dr. Isa Ansori, S.Ag, S.S, M.H.I

PROGRAM PASCASARJANA (PPs) INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO LAMPUNG

1446 H / 2025 M

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296, Website: pps.metrouniv.ac.id, email: ppsiainmetro@metrouniv.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

Tesis dengan judul **Pengaruh Literasi Digital dan Literasi Ekonomi Terhadap Minat Mahasiswa menjadi Digital Enterpreneur Muslim** yang ditulis oleh Zulfa Fadilla dengan NIM. 2271040135 telah memenuhi syarat untuk diujikan dalam Ujian Tesis pada pascasarjana IAIN Metro.

Menyetujui,

Pembimbing Utama	**Pembimbing Pendamping**
Dr Imam Mustofa,M.Si	Dr. Isa Ansori, S.Ag, SS, M.H.I
NIP. 19820412 200901 1 016	**NIP. 19721007 199903 1 002**

Dipindai dengan CamScanner

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA

Jalan Ki. Hajar Dewantara 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
(0725) 41507; (0725) 47296; Website: pps.metrouniv.ac.id; email: ainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN TESIS

Proposal tesis dengan judul **Pengaruh Literasi Digital Dan Literasi Ekonomi Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Digital Enterpreneur Muslim** disusun oleh Zulfa Fadilla, NIM. 2271040135, Program Studi Magister Ekonomi Islam telah diujikan dalam Ujian Tesis pada Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Metro pada Hari/Tanggal : Jumat, 20 Juni 2025

TIM PENGUJI

Pembimbing Utama / Ketua
( )
Prof. Dr. Sukairi, S.Ag, M.Si

Penguji Utama / Penguji I
( )
Putri Swastika, M.IF., Ph.D

Pembimbing I / Penguji II
( )
Dr. Imam Mustofa, M.SI

Pembimbing II / Penguji III
( )
Dr. Isa Ansori, S.Ag, S.S, M.H.I

Direktur Pascasarjana,

Dr. Mukhtar Hadi, S.Ag., M.Si.
NIP. 19730710 199803 1 003

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Tomur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: pps.metrouniv.ac.id; *email*: ppsiainmetro@metrouniv.ac.id

PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertandatangan dibawah ini;

Nama : Zulfa Fadilla
NIM : 2271040135
Prodi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa tesis ini, secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya, kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar magister yang telah diperoleh.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Metro, 20 Juli 2025
Yang menyatakan

Zulfa Fadilla

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	Zet (dengan titik di atas)

ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha

ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	a
ـِ	Kasrah	I	i
ـُ	Dammah	U	u

2. Vokal Rangkap

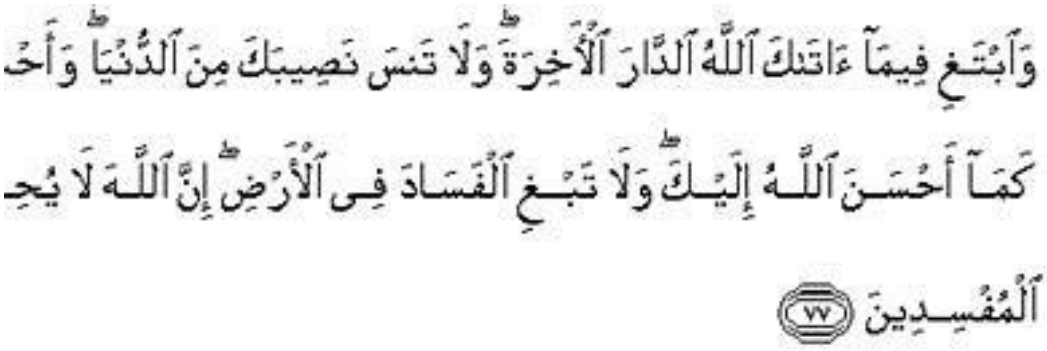
Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama

يْـَ...	Fathah dan ya	Ai	a dan u
ـْـَو...	Fathah dan wau	Au	a dan u

MOTTO



"Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan."

(QS.AL QHASAS : 77)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul "Pengaruh Literasi Digital dan Literasi Ekonomi terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Digital Entrepreneur Muslim" dengan baik.

Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E.) pada Program Studi Ekonomi Syariah. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya literasi digital dan literasi ekonomi dalam menghadapi perkembangan era digital yang semakin pesat, khususnya bagi mahasiswa sebagai generasi muda yang diharapkan mampu memanfaatkan peluang dalam dunia kewirausahaan digital.

Dalam proses penyusunan tesis ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, penyelesaian tesis ini tidak akan berjalan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor dan seluruh civitas akademika yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas selama proses studi.
2. Dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi dengan penuh kesabaran.
3. Seluruh dosen Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu dan wawasan kepada penulis.

4. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti.
5. Suami tercinta, Khoirul, S.Kom, yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada penulis.
6. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan semangat dan bantuan selama proses penyusunan tesis ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Metro, 20 Juni 2025

Penulis

Zulfa Fadilla

ABSTRAK

Fadilla,Zulfa. 2024. Pengaruh Literasi Digital dan Literasi Ekonomi terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Digital Enterpreneur Muslim. Thesis. Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital dan literasi ekonomi terhadap minat mahasiswa menjadi digital entrepreneur Muslim di Kota Metro. Perkembangan teknologi digital yang pesat menuntut mahasiswa untuk memiliki kemampuan literasi digital dan pemahaman ekonomi yang baik agar mampu memanfaatkan peluang dalam dunia kewirausahaan berbasis digital yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Kota Metro, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi digital entrepreneur Muslim. Selain itu, literasi ekonomi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat tersebut. Secara simultan, literasi digital dan literasi ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi digital entrepreneur Muslim.
Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa peningkatan literasi digital dan literasi ekonomi dapat mendorong minat mahasiswa dalam berwirausaha di bidang digital yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, diperlukan upaya dari berbagai pihak, khususnya lembaga pendidikan, untuk meningkatkan kedua literasi tersebut.

Kata Kunci: Literasi Digital, Literasi Ekonomi, Minat Berwirausaha, Digital Entrepreneur Muslim

ABSTRACT

Fadhilla, Zulfa. 2024. The Influence of Digital Literacy and Economic Literacy on Students' Interest in Becoming Muslim Digital Entrepreneurs. Thesis. Postgraduate Program, State Islamic Institute (IAIN) Metro, Lampung.

This study aims to analyze the influence of digital literacy and economic literacy on students' interest in becoming Muslim digital entrepreneurs in Metro City. The rapid development of digital technology requires students to possess strong digital literacy skills and economic understanding in order to take advantage of opportunities in digital entrepreneurship aligned with Islamic principles.

This research employs a quantitative approach using a survey method. The population of this study consists of students in Metro City, with samples selected through purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis.

The results show that digital literacy has a positive and significant effect on students' interest in becoming Muslim digital entrepreneurs. In addition, economic literacy also has a positive and significant effect on such interest. Simultaneously, both digital literacy and economic literacy significantly influence students' interest in becoming Muslim digital entrepreneurs.

In conclusion, improving digital literacy and economic literacy can enhance students' interest in engaging in digital entrepreneurship in accordance with Islamic values. Therefore, efforts from various stakeholders, especially educational institutions, are needed to improve these literacies.

Keywords: Digital Literacy, Economic Literacy, Entrepreneurial Interest, Muslim Digital Entrepreneur

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....i
PERSETUJUAN..... ii
PENGESAHAN.....iii
PERNYATAAN ORISINILITAS PENELITIAN iv
PEDOMAN TRANSLITERASI v
MOTTO.....viii
KATA PENGANTAR.....ix
ABSTRAK.....x
DAFTAR ISI xii
BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah 28
C. Pembatasan Masalah 28
D. Rumusan Masalah 28
E. Tujuan Penelitian 30
F. Manfaat Penelitian 30
G. Penelitian Relevan 31
BAB II LANDASAN TEORI
A. *Self efficacy* *38*
B. Minat
1. Definisi Minat 40
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat.....42
1) Lingkungan Keluarga.....42
2) Kepribadian.....43
3) Motivasi 46
C. Literasi Digital
1) Definisi Literasi Digital.....46
2) Faktor yang mempengaruhi Literasi Digital 50

3) Indikator Literasi Digital.....52
D. Literasi Ekonomi
1) Definisi Literasi Ekonomi.....57
2) Faktor yang mempengaruhi literasi ekonomi.....59
3) Indikator literasi ekonomi.....62
E. Ekonomi Islam
1) Definisi Ekonomi Islam.....67
2) Konsep Maslahah dalam Ekonomi Islam 68
BAB III METODE PENELITIAN
A. Desain Penelitian 79
B. Definisi Operasional 81
C. Populasi Penelitian 82
D. Sampel Penelitian 82
E. Teknik Sampling 83
F. Definisi Operasional Variabel 83
G. Metode Pengumpulan Data 89
H. Instrumen Penelitian 92
I. Validitas dan Reliabilitas Intrumen 95
J. Teknik Analisis Data 100
K. Analisis Faktor 102
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN
A. GAMBARAN OBJEK PENELITIAN 107
B. HASIL PENELITIAN 107
1. Profil Responden
2. Hasil Analisis Statistik
a) Uji Validitas
b) Uji Relibilitas
C. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 120
1 Uji T (Uji Parsial)
2 Uji F (Uji Simultan)

3. Analisis Faktor
D. PEMBAHASAN 131
1. Pengaruh Hubungan Literasi Digital terhadap minat mahasiswa menjadi Digital Enterpreneur Muslim
2. Pengaruh Hubungan Literasi Ekonomi terhadap minat mahasiswa menjadi Digital Enterpreneur Muslim
3. Analisi Pengaruh Hubungan Literasi Digital atau Literasi Ekonomi terhadap minat mahasiswa menjadi Digital Enterpreneur Muslim
4. Analisis Faktor Dominan antara Literasi Digital dan Literasi Ekonomi yang mempengaruhi minat mahasiswa menjadi digital enterpreneur muslim.
5. Analisis Minat menjadi digital enterpreneur ditinjau dari Prinsip Ekonomi Islam.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 135
B. Saran 137

DAFTAR PUSTAKA 140

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi di era digital tidak terlepas dari meningkatnya kebutuhan manusia akan informasi. Keterbatasan media dan informasi yang ada dalam memenuhi kebutuhan tersebut mendorong inovasi teknologi. Pada tahun 1940, komputer hadir sebagai solusi, sebuah mesin komputasi canggih yang mampu merancang, membuat, mengolah, dan menyimpan data, sehingga menghasilkan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat luas..[1] Hal ini terus mengalami perkembangan yang sangat pesat hingga saat ini dengan teknologi yang terus diperbarui.

Transformasi digital telah mengubah lanskap kewirausahaan secara signifikan. Menurut Hardiyanto, digitalisasi memberikan banyak keuntungan bagi dunia usaha, termasuk menciptakan lapangan kerja baru, memfasilitasi promosi, dan meningkatkan produktivitas sosial serta ekonomi. Di era digital ini, memulai dan menjalankan bisnis menjadi lebih mudah dari sebelumnya. Para pengusaha tidak lagi terpaku pada memiliki toko fisik atau ruang usaha. Mereka dapat memanfaatkan platform online dan media sosial untuk memasarkan produk atau jasa mereka, membuka akses ke pasar yang lebih luas.

[1] Indah Ambarita Et Al., "Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa Dan Alumni Guna Era Digital," *Methomika: Jurnal Manajemen Informatika & Komputerisasi Akuntansi* 2, No. 2 (2018): 109, Https://Doi.Org/10.46880/Jmika.Vol2no2.Pp109-115.

Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2020 mencatat bahwa 196,7 juta orang di Indonesia adalah pengguna internet. Angka ini terus meningkat, menciptakan peluang besar bagi generasi muda untuk terjun ke dunia wirausaha digital. Dengan memanfaatkan internet, generasi muda dapat mengembangkan ide-ide bisnis inovatif dan menjangkau konsumen di seluruh Indonesia, bahkan dunia.[2]

Transformasi digital adalah sebuah proses dan strategi penerapan teknologi dalam kegiatan operasional bisnis yang mengubah cara bisnis beroperasi dan melayani pelanggan, mulai dari pemasaran hingga produksi. Dengan melakukan transformasi digital, bisnis dapat mempertahankan posisinya dalam persaingan melawan para kompetitor. Indonesia sendiri merupakan pasar e-commerce terbesar di Asia Tenggara.

Menurut Harsono dalam laporan Perilaku Belanja Online Indonesia 2021/2022, para konsumen di Indonesia cenderung lebih sering mengakses platform e-commerce melalui aplikasi seluler. Hal ini terjadi seiring dengan investasi besar-besaran yang dilakukan oleh para pelaku bisnis, merek, dan pedagang dalam mengembangkan dan mempromosikan aplikasi-aplikasi tersebut.[3] Hal ini merupakan konsekuensi dari investasi besar-besaran yang dilakukan oleh para pelaku bisnis, merek, dan pedagang dalam pengembangan

[2]Databoks, Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia, Https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2020/11/11/Jumlah-Pengguna-Internet-Di-Indonesia-Capai-1967-Juta Diakses Pada Tanggal 17 Januari 2024 Pada Pukul 05.56

[3] Soni Harsono, Nathan Tidiend Haripraditya, And Much Aji Rochman Soleh, "Perilaku Belanja Online Dan Niat Beli Pada Generasi 'Z' Di Indonesia," *Journal Of Business And Banking* 12, No. 1 (2022): 143, Https://Doi.Org/10.14414/Jbb.V12i1.3111.

dan promosi aplikasi mereka.

Pada fenomena diatas masyarakat kalangan muda Indonesia memiliki tantangan tersendiri dalam menghadapi isu ekonomi digital. Revolusi Industri 4.0, dengan konektivitas globalnya melalui internet, telah memunculkan berbagai aplikasi berbasis jaringan yang secara signifikan mengubah cara kita berinteraksi dan melakukan aktivitas. Hal ini berdampak pada berbagai sistem, mulai dari produksi, komunikasi, hingga transaksi.Dalam konteks kewirausahaan, menurut Zumhur, kehadiran platform *e-commerce* seperti Tokopedia, Lazada, dan Shopee merupakan contoh nyata dari bagaimana digitalisasi telah mengubah sistem pemasaran secara fundamental. Platform-platform ini telah memangkas proses pemasaran konvensional, memungkinkan bisnis untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efisien melalui media digital.[4] Kehadiran aplikasi berbasis jaringan memberikan keuntungan signifikan bagi wirausahawan. Pengusaha dapat memasarkan produk (barang atau jasa) mereka ke khalayak luas tanpa batasan geografis. Sistem transaksi pun bertransformasi, dari metode konvensional tatap muka menjadi platform pembayaran digital seperti OVO, GOPAY, dan DANA, yang terintegrasi dengan sistem perbankan.

Menurut Nabila, salah satu implikasi utama dari revolusi industri 4.0 terhadap sektor ekonomi adalah peningkatan pesat dalam kewirausahaan.

[4] Zumhur Alamin Et Al., "Perkembangan E-Commerce: Analisis Dominasi Shopee Sebagai Primadona Marketplace Di Indonesia," *J-Esa (Jurnal Ekonomi islam)* 6, No. 2 (2023): 120–31, Https://Doi.Org/10.52266/Jesa.V6i2.2484.

Contohnya, bisnis *e-commerce* telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi perkembangan dunia bisnis secara keseluruhan..[5] Bisnis ini membuka peluang bagi pengusaha, baik yang baru memulai maupun yang sudah berpengalaman. Namun, di balik kemudahan yang ditawarkan, terdapat pula sisi negatif yang perlu diwaspadai. Beberapa masalah umum yang sering terjadi antara lain maraknya penipuan, baik dari pelaku bisnis maupun konsumen, serta persaingan yang ketat antar pelaku bisnis.

Menurut Prabawati dan Susanti Kemajuan pesat teknologi digital mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif dan kemunculan bisnis rintisan (start-up) yang berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, baik bagi diri sendiri maupun orang lain. Bahkan, anak-anak sekolah pun mulai terjun ke dunia bisnis, beberapa di antaranya mampu menghasilkan pendapatan puluhan juta rupiah di usia remaja. Ragam jenis pekerjaan yang tersedia saat ini juga semakin luas. Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk dan jasa juga sangat membantu para pelaku bisnis..[6] Dengan kemampuan menggunakan perangkat digital, seseorang mampu menjadi wirausaha.

Menurut Sri Wahyu, minat berwirausaha adalah pilihan seseorang untuk terjun ke dunia bisnis karena didorong oleh ketertarikan dan keberanian

[5] Nabilah Purba, Mhd Yahya, And Nurbaiti, "Revolusi Industri 4.0 : Peran Teknologi Dalam Eksistensi Penguasaan Bisnis Dan Implementasinya," *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis* 9, No. 2 (2021): 91–98.

[6] Sukma Prabawati And Susanti, "Pengaruh Efikasi Diri, Pendidikan Kewirausahaan, Literasi Keuangan, Dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Berwirausaha Siswa Smk Negeri 10 Surabaya," 2013.

dalam mengambil risiko yang terkait dengan kegiatan berwirausaha.[7] Ketertarikan pada dunia wirausaha memainkan peran krusial dalam membentuk karakter seorang pengusaha yang gigih, bertanggung jawab, penuh semangat, dan pantang menyerah. Karakter-karakter ini sangat penting agar seorang wirausahawan dapat menjalankan bisnisnya secara konsisten dan berkelanjutan. Tanpa minat dan motivasi yang kuat, seorang pengusaha cenderung tidak akan bertahan lama dalam menghadapi tantangan dan kesulitan yang tak terhindarkan dalam dunia bisnis. Singkatnya, minat yang tumbuh dalam diri seseorang akan sangat menentukan kesiapannya untuk terjun ke dunia wirausaha.

Sikap kewirausahaan bukanlah sesuatu yang diwariskan, tetapi dapat dibentuk dan ditingkatkan melalui berbagai faktor. Literasi, terutama literasi ekonomi, memainkan peran penting dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Mahasiswa yang memiliki literasi ekonomi yang baik cenderung lebih inovatif dalam menawarkan produk atau jasa mereka. Ulfa berpendapat bahwa literasi ekonomi yang memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa tercermin dari kemampuan mereka dalam menganalisis dinamika pasar (permintaan dan penawaran), memahami manajemen kewirausahaan, dan mengatur keuangan

[7] Sri Wahyu Lelly Hana Setyanti, Erila Cahyani Pradana, And Sudarsih Sudarsih, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri Berwirausaha Dan Faktor Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam Di Jember," *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 9, No. 1 (2021): 64, Https://Doi.Org/10.26905/Jmdk.V9i1.5518.

pribadi.[8] Semakin luas pengetahuan ekonomi yang dimiliki mahasiswa, semakin besar pula minat mereka untuk terjun ke dunia wirausaha.

Menurut Hasanah, minat berwirausaha adalah sikap positif seseorang terhadap kegiatan berwirausaha, yang didorong oleh kesenangan, keinginan untuk mencari pengalaman, dan motivasi untuk menciptakan peluang usaha baru yang inovatif. Dukungan dari fakultas, misalnya melalui mata kuliah bisnis digital, sangat penting untuk membentuk jiwa *Digital Entrepreneurship* mahasiswa..[9] Menurut Salsabila, tingkat literasi digital yang baik akan sangat membantu seseorang dalam berwirausaha. Hal ini dikarenakan pemahaman dan pemanfaatan teknologi dapat digunakan untuk membangun strategi bisnis yang efektif, mengelola keuangan, berinovasi, serta membangun jaringan yang luas.[10] Seorang wirausahawan yang kompeten memiliki kapasitas untuk mengoptimalkan peluang bisnis, beradaptasi terhadap perubahan pasar, serta mengatasi tantangan dengan pemahaman yang komprehensif dan literasi yang memadai. Literasi digital memfasilitasi aksesibilitas pasar yang lebih luas melalui platform daring dan media sosial. Kapabilitas ini memungkinkan pelaku usaha untuk meningkatkan visibilitas produk atau jasa mereka secara efektif. Lebih lanjut, literasi digital berkontribusi pada pengambilan keputusan

[8] Ulfa Uswatun Hasanah And Khasan Setiaji, "Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri, Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Dalam E-Business," *Economic Education Analysis Journal* 2, No. 1 (2019): 1–18, Https://Doi.Org/10.15294/Eeaj.V13i2.17051.

[9] Lak Lak Nahat El Hasanah, "Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Di Daerah Istimewa Yogyakarta," *Jurnal Studi Pemuda* 4, No. 2 (2018): 268, Https://Doi.Org/10.22146/Studipemudaugm.36812.

[10] Fadhilah Salsabila, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Berwirausaha Sektor Kuliner Yang Terdaftar Pada Aplikasi Go Food Di Pasar Segar Kota Makassar," *Jurnal Manajemen Dan. Kewirausahaan*, 2009.

berbasis data, sehingga strategi yang diimplementasikan lebih presisi dan relevan dengan tuntutan pasar.

Menurut Tahir, pendidikan memiliki peran krusial dalam menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas dan kompeten, yang memiliki kapasitas untuk berkontribusi pada penciptaan kedaulatan ekonomi. Kemampuan ini diwujudkan melalui pengelolaan dan pemanfaatan potensi sumber daya alam secara optimal demi kesejahteraan masyarakat".[11] Menurut Hasan, pendidikan berfungsi sebagai wahana transmisi pengetahuan dan keterampilan yang esensial bagi aktivitas kewirausahaan.[12] Penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi memiliki tujuan strategis, yaitu mentransformasi mentalitas mahasiswa dari *job seeker* menjadi *job creator*. Dengan demikian, mahasiswa diharapkan mampu berkreasi menciptakan lapangan kerja, baik bagi diri sendiri maupun orang lain, serta memberikan kontribusi signifikan bagi negara melalui pendapatan yang dihasilkan dari berbagai entitas usaha, seperti firma, usaha perseorangan, persekutuan komanditer, dan perseroan terbatas.

Menurut Hazelwood, literasi digital adalah kemampuan untuk menggunakan teknologi digital secara efektif dan bertanggung jawab. Ini

[11] Thamrin Tahir, Muhammad Hasan, And Ihsan Said, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa," *Indonesian Journal Of Economics, Entrepreneurship And Innovation* 2, No. 1 (2021): 2721–8287, Https://Doi.Org/10.31960/Ijoeei.V2i1.1038.

[12] M Hasan Et Al., "Literasi Kewirausahaan Dan Literasi Bisnis Digital Pada Generasi Milenial Pelaku Usaha: Perspektif Kirzerian Entrepreneur," *Journal Of Business Management Education* 6, No. 1 (2021): 28–39.

mencakup kemampuan untuk mengakses, mengelola, memahami, mengintegrasikan, mengkomunikasikan, mengevaluasi, dan menciptakan informasi[13] Menurut Paul Gilster, literasi digital merupakan kapasitas individu untuk memanfaatkan informasi dalam berbagai manifestasi, yang bersumber dari perangkat komputer maupun perangkat seluler.[14]

Literasi bisnis digital menurut Hasan merupakan kemampuan seseorang dalam memahami dan memanfaatkan data bisnis yang bersumber dari berbagai platform dan perangkat digital, yang diaplikasikan dalam berbagai disiplin ilmu. Literasi bisnis digital juga mencakup kecakapan individu dalam penggunaan teknologi digital pada berbagai tingkatan, termasuk penciptaan, kolaborasi, dan pencarian informasi.[15] Literasi bisnis digital merupakan suatu tingkatan kompetensi yang komprehensif yang dimiliki oleh individu dalam aspek utilisasi teknologi-teknologi digital demi keberlangsungan aktivitas bisnisnya.

Indikator literasi bisnis digital yaitu, (1) menjadikan media sebagai referensi untuk menemukan ide usaha; (2) kemampuan menggunakan suatu media digital secara kreatif untuk mengendalikan dan memilah informasi yang diperoleh sebagai referensi untuk usahanya; (3) keterampilan individu

[13] Kim Hazelwood Et Al., "Applied Machine Learning At Facebook: A Datacenter Infrastructure Perspective," *Proceedings - International Symposium On High-Performance Computer Architecture* 2018-Febru (2018): 620–29, Https://Doi.Org/10.1109/Hpca.2018.00059.

[14] Paul Gilster And Trish Watson, "Digit Al Lit Eracy By By," *Meridian: A Middle School Computer Technologies Journal*, 1999, 141.

[15] Hasan Et Al., "Literasi Kewirausahaan Dan Literasi Bisnis Digital Pada Generasi Milenial Pelaku Usaha: Perspektif Kirzerian Entrepreneur."

menggunakan media digital dalam menjalankan usahanya; dan (4) memasarkan produk melalui sosial media.[16] Mahasiswa diharapkan untuk memanfaatkan peluang yang tersedia, mengoptimalkan literasi digital yang dimiliki, serta mengaplikasikan pemahaman yang diperoleh dari perkuliahan sebagai landasan. Pemanfaatan internet juga diharapkan dapat memacu inisiatif mahasiswa dalam menumbuhkan minat berwirausaha.

Pentingnya literasi bisnis digital bagi mahasiswa tidak dapat dipungkiri, terutama di era digital saat ini. Mahasiswa perlu memiliki kemampuan untuk memanfaatkan teknologi digital secara efektif dalam menjalankan usaha mereka. Namun, literasi bisnis digital saja tidak cukup. Diperlukan juga pemahaman yang kuat tentang konsep-konsep ekonomi dan cara berpikir ekonomis agar mahasiswa dapat berhasil dalam berwirausaha.

Oleh karena itu, pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi memiliki peran penting dalam meningkatkan literasi ekonomi mahasiswa. Seperti yang diungkapkan oleh Andi Naila, pembelajaran kewirausahaan dirancang untuk mengajarkan mahasiswa cara berpikir ekonomis dan memberikan pemahaman mendalam tentang konsep-konsep ekonomi. Hal ini sejalan dengan pendapat Mathews bahwa literasi ekonomi bertujuan untuk membekali individu dengan kemampuan untuk memahami dan menerapkan konsep ekonomi serta cara berpikir ekonomi agar dapat meningkatkan kondisi ekonomi dan mencapai kesejahteraan. Dengan demikian, mahasiswa yang

[16] Hasan Et Al.

memiliki literasi bisnis digital yang baik dan literasi ekonomi yang kuat akan lebih siap untuk menghadapi tantangan dunia usaha. Mereka akan mampu memanfaatkan peluang yang ada, mengelola usaha dengan efektif, dan bertahan di tengah kesulitan ekonomi. Pada akhirnya, diharapkan hal ini dapat menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa dan menciptakan generasi wirausaha yang sukses.

Andi Naila berpendapat bahwa pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi dirancang untuk meningkatkan literasi ekonomi mahasiswa dengan mengajarkan mereka cara berpikir ekonomis dan memberikan pemahaman yang mendalam tentang konsep-konsep ekonomi.[17] Mathews berpendapat bahwa literasi ekonomi bertujuan untuk membekali individu dengan kemampuan untuk memahami dan menerapkan konsep ekonomi serta cara berpikir ekonomi agar dapat meningkatkan kondisi ekonomi dan mencapai kesejahteraan. [18] Kemampuan ini dapat membantu individu bertahan dan mengembangkan usaha di tengah kesulitan ekonomi, yang pada akhirnya diharapkan dapat menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa.

Menurut Arjana, literasi ekonomi merupakan sebuah konsep yang relevan di era ekonomi baru, yang menekankan pada optimalisasi informasi dan kreativitas. Dalam konteks ini, ide dan pengetahuan yang bersumber dari

[17] Andi Naila Quin Azisah Alisyahbana Et Al., "The Effect Of Economic Literacy And Parents Socio-Economic Status On Entrepreneurial Intention In Economic Education Student Universitas Negeri Makassar," *International Journal Of Scientific And Technology Research* 9, No. 5 (2020): 15–17.

[18] Leah Greden Mathews, "Promoting Economic Literacy : Ideas For Your Classroom," 1999.

sumber daya manusia diposisikan sebagai faktor produksi yang fundamental.[19] Literasi ekonomi membekali individu dengan pemahaman tentang cara mengoptimalkan faktor-faktor produksi untuk mencapai efisiensi dan produktivitas. Selain itu, literasi ekonomi juga penting untuk membuat keputusan finansial yang bijaksana dan mendorong inovasi serta daya saing di era globalisasi.

Ajaran agama Islam menuntut kesempurnaan peran dalam berbagai aspek kehidupan, dengan landasan bahwa Islam merupakan agama yang paling sempurna. Manifestasi kesempurnaan dalam kehidupan di antaranya adalah anjuran bagi umatnya untuk mandiri secara ekonomi melalui bekerja atau berwirausaha dengan cara yang benar. Kegiatan kewirausahaan dalam Islam dikategorikan sebagai Muamalah, yang merupakan bagian integral dan komprehensif dari sistem Islam. Muamalah, dalam pengertian umum, adalah interaksi antar sesama manusia, sedangkan dalam terminologi fiqih, merujuk pada kumpulan hukum-hukum syariah yang berkaitan dengan interaksi duniawi, seperti jual beli, utang piutang, sewa menyewa, dan lain sebagainya..[20]

Islam memandang kewirausahaan sebagai kegiatan yang mulia dan didukung oleh tiga pilar. Pilar pertama adalah spiritualitas, yaitu hubungan yang erat dengan Allah. Pilar kedua adalah inovasi, yaitu kemampuan untuk

[19] I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016).

[20] Eka Sakti Habibullah, "Prinsip-Prinsip Muamalah Dalam Islam," *Ad Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2, No. 01 (2018): 25, Https://Doi.Org/10.30868/Ad.V2i01.237.

melihat peluang dan berpikir kreatif. Pilar ketiga adalah etika, yaitu nilai-nilai moral yang harus dijunjung tinggi dalam berbisnis..[21]Penelitian Wayan menunjukan bahwa mayoritas mahasiswa pendidikan ekonomi memiliki minat untuk berwirausaha setelah menyelesaikan mata kuliah terkait. Kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan modal awal.[22] Meskipun memiliki pemahaman dan kemampuan dalam mengoperasikan teknologi informasi, potensi ini belum dioptimalkan untuk mendukung kegiatan kewirausahaan.

Di era digital yang berkembang pesat ini, kemampuan literasi digital dan pemahaman ekonomi menjadi krusial, terutama bagi generasi muda yang ingin terjun ke dunia wirausaha. Mahasiswa, sebagai calon pemimpin masa depan, diharapkan memiliki keterampilan ini untuk memanfaatkan peluang bisnis digital yang semakin luas. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh literasi digital dan literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha digital di kalangan mahasiswa S1di Kota Metro, dengan fokus pada kondisi dan potensi yang ada di Perguruan Tinggi (PT) di wilayah Kota Metro, sebagai salah satu pusat pendidikan di Provinsi Lampung, memiliki sejumlah perguruan tinggi yang diharapkan dapat menjadi wadah bagi pengembangan minat dan keterampilan berwirausaha digital mahasiswa.

[21] Ali Aslan Gümüsay, "Entrepreneurship From An Islamic Perspective," *Journal Of Business Ethics* 130, No. 1 (2015): 199–208, Https://Doi.Org/10.1007/S10551-014-2223-7.

[22] I Wayan & Warmita and Ni Wayan Alit Erlina Wati, "E-ISSN 2798-8961 Hita Akuntansi Dan Keuangan Universitas Hindu Indonesia Edisi Juli 2021," *Pengaruh Profitabilitas, Harga Saham, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode (2018-2020)* 4, no. 1 (2022): 88–99, https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/HAK/article/view/3584.

Berikut adalah data Perguruan Tinggi di Kota Metro berasal dari sumber PDDIKTI KemDikBud.

1.1 Tabel Data Perguruan Tinggi di Metro Lampung.

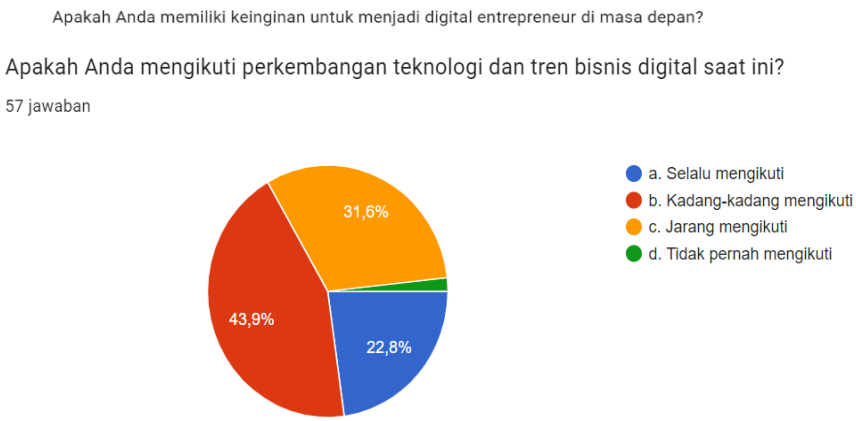
NO	NAMA PERGURUAN TINGGI
1	INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI METRO
2	UNIVERSITAS MUHAMADIYAH METRO
3	INSTITUT AGAMA ISLAM AGUS SALIM METRO
4	UNIVERSITAS MAARIF NU LAMPUNG
5	SEKOLAH TINGGI KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN KUMALA METRO LAMPUNG
6	STKIP PGRI METRO
7	AKBID WIRA BUANA METRO
8	STKIP ROSALIA LAMPUNG METRO
9	POLITEKNIK KEMENKES
10	UNIVERSITAS LAMPUNG KAMPUS B FKIP UNILA
11	UNIVERSITAS DHARMA WACANA

Data diatas diambil pada 28 November 2024 dengan sumber data pddikti.kemdikbud.go.id ini menunjukan Kota Metro memiliki 11 Perguruan tinggi, ini membuat daya tarik bagi penduduk dari luar daerah. Pelayanan pendidikan di kota ini menjadi salah satu faktor yang menarik perhatian. Kota Metro memiliki Visi Pembangunan untuk menjadikannya sebagai Kota Pendidikan, di mana masyarakatnya berbudaya belajar dan memiliki daya saing. Tiga kata kunci yang menggambarkan kota ini adalah Berbudaya Belajar,

Bermental Unggul, dan Berdaya Saing. Selain itu, lambang Kota Metro yang menampilkan nyala api, pena, dan buku di antara padi dan kapas juga menggambarkan semangat daerah untuk mengarahkan Metro menjadi kota pendidikan.

Sejalan dengan visi Kota Metro sebagai kota pendidikan, penelitian Wedayanti & Giantari (2020) menyoroti bahwa minat berwirausaha dapat ditumbuhkan melalui pendidikan dan pelatihan. Peran universitas dalam hal ini menjadi krusial, terutama melalui kurikulum pendidikan kewirausahaan yang diharapkan mampu mendorong pertumbuhan wirausaha di kalangan mahasiswa. Pendidikan kewirausahaan diharapkan bisa mendorong pertumbuhan kewirausahaan. Selain itu ketertarikan seseorang untuk berwirausaha disebabkan menjadi wirausaha seseorang dapat bebas menentukan nasibnya sendiri tanpa bergantung orang lain dan bisa bermanfaat untuk masyarakat dengan membuka pekerjaan dan peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat sekitar. Jika pendidikan kewirausahaan menjadi salah satu faktor penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha, maka literasi digital juga memegang peranan krusial, terutama dalam konteks era digital saat ini. Hal ini tercermin dari hasil pra-survei yang dilakukan pada tanggal 24 Agustus 2024.

Berikut adalah gambaran hasil pengisian google form :



Gambar 1.1 prasurvey tanggal 24 Desember 2024.

Berdasarkan hasil pra-survey menggunakan google form kepada 57 mahasiswa di Kota Metro menunjukan bahwa 30 responden adalah "pengikut kadang-kadang", ini mengindikasikan adanya kesenjangan literasi digital yang perlu diatasi. Sedangkan literasi digital adalah faktor penting dalam menumbuhkan minat mahasiswa menjadi digital entrepreneur. Selain kesenjangan literasi, kurangnya minat terhadap teknologi dan bisnis digital juga menjadi temuan menarik dari pra-survei. Hal ini terlihat dari masih banyaknya mahasiswa yang jarang atau tidak pernah mengikuti perkembangan di bidang ini. Studi yang dilakukan oleh Sahroh terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Surabaya mengindikasikan bahwa pemanfaatan media sosial oleh mahasiswa tersebut masih terbatas pada aktivitas-aktivitas seperti

memperoleh informasi terkini, bermain permainan daring, belajar, serta memfasilitasi komunikasi..[23]

Research gap dalam penelitian ini pertama, Penelitian ini memiliki kebaruan yang terletak pada konteks keislaman, pendekatan lokalitas, dan populasi khusus, yaitu mahasiswa Muslim di Kota Metro yang belum menjadi fokus dalam kajian literatur sebelumnya. Sebagian besar penelitian terdahulu yang membahas literasi digital dan literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha dilakukan dalam konteks umum atau pada mahasiswa di perguruan tinggi negeri/sekolah umum tanpa memperhatikan aspek religiusitas sebagai identitas sosial dan budaya mahasiswa. Maka, penelitian ini mencoba mengisi kekosongan kajian tersebut dengan menganalisis secara khusus bagaimana tingkat literasi digital dan literasi ekonomi mahasiswa Muslim berhubungan dengan minat mereka menjadi digital entrepreneur, dalam konteks lokal dan religius

Selain penelitian yang menunjukkan pengaruh positif, terdapat juga studi yang menemukan hasil sebaliknya atau tidak signifikan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha digital. Farah Nurikasari (2016) menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi, meskipun kreativitas dan motivasi menunjukkan pengaruh positif. Mugiono

[23] Aida Fatimatus Sahroh, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya," *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jupe)* 6, No. 3 (2018): 208–15.

(2020) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan kreativitas justru berpengaruh negatif terhadap intensi kewirausahaan online, sementara literasi digital dan pembelajaran bisnis online berpengaruh positif. Titi Susanti (2020) bahkan menemukan bahwa literasi digital tidak berpengaruh sama sekali terhadap minat berwirausaha mahasiswa ekonomi syariah.

Penelitian-penelitian ini menunjukkan adanya inkonsistensi dalam temuan terkait pengaruh pendidikan kewirausahaan, kreativitas, dan literasi digital terhadap minat berwirausaha. Hal ini mengindikasikan adanya celah penelitian (*Research gap*) yang perlu diisi, yaitu kurangnya pemahaman yang komprehensif tentang faktor-faktor yang secara konsisten memengaruhi minat berwirausaha digital di kalangan mahasiswa, terutama dengan mempertimbangkan konteks lokal dan kombinasi variabel literasi digital dan literasi ekonomi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan mengkaji pengaruh literasi digital dan literasi ekonomi secara bersamaan terhadap minat berwirausaha digital di kalangan mahasiswa Kota Metro. Dengan menggunakan metode regresi linier dan fokus pada konteks lokal, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dan lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha digital, serta memberikan kontribusi pada pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena ini.

Namun, dalam konteks mahasiswa Muslim, faktor-faktor seperti literasi digital dan literasi ekonomi tidak berdiri sendiri. Sebagaimana

dijelaskan dalam konsep Muslim, minat mahasiswa Muslim untuk menjadi *digital entrepreneur* tidak terlepas dari nilai-nilai keagamaan yang di anut. Etika bisnis Islam menjadi landasan penting dalam menjalankan kegiatan usaha secara daring. Prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan kasih sayang (rahmah) menjadi panduan bagi mahasiswa Muslim dalam berinteraksi dengan konsumen, mitra bisnis, dan masyarakat luas. Selain itu, larangan-larangan seperti riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (perjudian) juga menjadi batasan yang harus dihindari dalam berbisnis secara digital.

Dengan berpegang pada etika bisnis Islam, mahasiswa Muslim tidak hanya mengejar keuntungan materi, tetapi juga keberkahan dan ridha Allah SWT dalam setiap aktivitas wirausaha mereka. Hal ini menunjukkan bahwa minat menjadi *digital entrepreneur* bagi mahasiswa Muslim tidak hanya didorong oleh faktor ekonomi semata, tetapi juga oleh motivasi untuk menjalankan bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai agama yang diyakini. Oleh karena itu, dalam konteks penelitian ini, penting untuk mempertimbangkan bahwa pengaruh literasi digital dan literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha digital mungkin dimoderasi atau dimediasi oleh nilai-nilai keagamaan yang dianut oleh mahasiswa Muslim di Kota Metro.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk menganalisis pengaruh Literasi digital dan Literasi Ekonomi terhadap minat Mahasiswa menjadi digital enterpreneur muslim. Apakah dalam minat

berwirausaha mempertimbangkan dari dua hal tersebut. Kemudian dari variabel literasi digital dan literasi ekonomi tersebut apakah ada yang menjadi faktor dominan dalam mempengaruhi minat mahasiswa menjadi digital enterpreneur dan apakah tinjauan dari prinsip Ekonomi syariah terhadap Enterpreneur muslim. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penelitian pembaharuan dari penelitian terdahulu yaitu terkait pemebahasan tentang Pengaruh Literasi Digital Dan Literasi Ekonomi Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Digital Enterpreneur Muslim.

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diidentifikasikan masalah seputar :

1. Mahasiswa terkendala pada modal awal dalam memulai usaha. Namun dari semua itu kemajuan teknologi informasi yang semakin canggih dan modern serta mahasiswa aktif dalam mengoperasikannya, akan tetapi belum optimal untuk kegiatan berwirausaha.
2. Mahasiswa hanya memanfaatkan suatu internet atau media social sekedar mencari informasi terbaru, belajar, bermain games serta memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan orang lain, sebelum mengetahui media social untuk berwirausaha dengan memanfaatkan media social sebagai media mempromosikan barang dan jasa dalam wirausaha.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka dapat dibuat rumusan masalah seputar :

1. Bagaimana Literasi Digital mempengaruhi minat Mahasiswa menjadi digital enterpreneur muslim?
2. Bagaimana Literasi Ekonomi mempengaruhi minat Mahasiswa menjadi digital enterpreneur muslim?
3. Bagaimana Literasi Digital dan Literasi Ekonomi mempengaruhi minat Mahasiswa menjadi digital enterpreneur muslim?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis Pengaruh Literasi Digital terhadap minat mahasiswa menjadi digital enterprenenur muslim
2. Menganalisis Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap minat mahasiswa menjadi digital enterprenenur muslim
3. Menganalisis Pengaruh Literasi Digital dan Literasi Ekonomi mempengaruhi minat mahasiswa menjadi digital enterprenenur muslim

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Kegiatan penelitian ini akan menjadikan pengalaman yang sangat bermanfaat untuk melengkapi pengetahuan yang diperoleh dibangku

kuliah dan peneliti mendapat jawaban yang konkret tentang suatu masalah yang berkaitan dengan judul penelitian, bahwa *Literasi Digital* dan *Literasi Ekonomi* dalam kegiatan perekonomian membantu masyarakat khususnya mahasiswa dalam wirausaha untuk mengembangkan ide bisnis yang inovatif dan memanfaatkan teknologi digital guna memperluas jangkauan bisnis dan meningkatkan efisiensi operasi. Selain itu, kemampuan literasi digital yang baik juga dapat membantu seorang wirausaha untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perubahan teknologi yang terjadi, sehingga dapat bersaing di pasar yang semakin digital.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini terkait dengan Literasi Digital dan Literasi Ekonomi terhadap Minat mahasiswa menjadi Digital Enterpreneur Muslimini dapat memberikan manfaat khususnya bagi peneliti yaitu bagaimana mengimplementasikan ilmu dan teori yang didapatkan ke dalam sebuah tulisan karya ilmiah. Bagi akademisi penulis berharap karya ini dapat menjadi salah satu refrerensi dalam menghimpun informasi terkait karya ilmiahnya. Bagi perkembangan kegiatan perekonomian diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi pengetahuan dan masukan yang relevan dan berguna bagi pemilik kepentingan terkait dalam upaya pengingkatan performa pemilik kepentingan.

F. Penelitian Relevan

Terdapat beberapa penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang di bahas dalam pembahasan atau penelitian ini. Sehingga dalam penelitian relevan ini, peneliti memaparkan perkembangan karya ilmiah terkait dengan pembahasan peneliti, diantaranya adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang berpengaruh.

No.	Nama Peneliti, Judul Penelitian	Metode Penelitian	Teori Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Ulfa Uswatun Hasanah, "Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri, Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Dalam *E-Business*"	Metode penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program IBM SPSS 23.0.	Penelitian ini akan digunakan bentuk teori mengenai kewirausahaan yaitu *Theory of Planned Behavior* Dalam memprediksi intensi berwirausaha mahasiswa	Hasil penelitian ini menerangkan bahwa literasi digital, efikasi diri, dan lingkungan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.	Penelitian saya menggunakan variabel bebas literasi digital dan literasi ekonomi.
2.	Aulia Dwi Nanda, (Pengaruh *Digital literacy* dan *Locus of control* terhadap Minat Berwirausaha	Metode sampling yang digunakan adalah nonprobability dengan teknik purposive sampling.	*Locus of control* membuat para wirausahawan ingin mengendalikan	Hasil yang diperoleh pada penelitian ini berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa *digital literacy*	Penelitian saya menggunakan variabel X berupa literasi digital dan literasi ekonomi. Dan alat statistik yang digunakan

	pada Mahasiswa Tingkat Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom)	Dalam menjelaskan hasil penelitian, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, regresi linear berganda, uji hipotesis (uji t dan uji f) dan koefisien determinasi.	lingkungan, memiliki kemampuan, dan kepercayaan yang lebih dalam memanfaatkan peluang, sumber, daya, dan menyusun strategi.	berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha dan *Locus of control* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Hasil tersebut terbukti dengan hipotesis yang menolak H0. Berdasarkan uji f diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan *digital literacy* dan *Locus of control* terhadap minat berwirausaha. Koefisien determinasi yang diperoleh dengan nilai R Squere sebesar 44,9% artinya *digital literacy* dan *Locus of control* memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha sebesar 44,9%.	adalah SPSS Stasistik 23.
3.	Aida Fatimatus Sahroh	Penelitian ini menggunakan	Ketimpanga n antara	Hasil dalam penelitian ini	Perbedaan dari penelitian saya

	(Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya)	metode analisis jalur, dengan menggunakan penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling sebanyak 270 responden dengan taraf kesalahan 5%.	lapangan pekerjaan dengan pencari kerja sangat berbanding terrbalik, dimana lapangan pekerjaan lebih sedikit dari pada angka penganggur an. Maka untuk mengatasin ya diperlukan sumber tenaga kerja yang berkualitas. Hal tersebut dapat diperoleh dari pemahaman literasi ekonomi dan pemahaman praktik terkait berwirausah a dengan memanfaatk an media sosial yang modern saat ini.	menunjukkan bahwa (1) Literasi ekonomi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi, (2) Tingkat penggunaan media sosial secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, (3) Literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa	yaitu terdapat pada metode penelitian, penelitian saya menggunakan metode regresi linier dengan menggunakan SPSS. Variabel bebas penelitian saya adalah literasi digital dan literasi ekonomi.

Penelitian terdahulu telah menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara Literasi Digital dan Literasi Ekonomi. Tabel diatas merangkum beberapa penelitian yang relevan, memperlihatkan hasil, metode, dan populasi yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini. Studi-studi ini tidak hanya menjadi dasar bagi analisis, tetapi juga memperkuat argumen mengenai hubungan antara variabel yang diteliti.

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu yang tidak berpengaruh.

No	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Teori Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Penelitian Saya
1.	Farah Nurikasari, (2016) "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kreativitas, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang"	Penelitian ini merupakan jenis Penelitian Ex post facto. Sampel terdiri dari 48 mahasiswa, teknik pengumpulan data menggunakan angket dan kuesioner.	Pentingnya pendidikan kewirausahaan, kreativitas serta motivasi berwirausaha merupakan salah satu usaha untuk meningkatkan minat berwirausaha. Mahasiswa diharapkan dapat membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku untuk menjadi seorang wirausaha (entreprene ur) sehingga	hasil penelitian dapat diketahui yaitu: (1) tidak terdapat pengaruh yang signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha, (2) terdapat pengaruh yang signifikan kreativitas terhadap minat berwirausaha, (3) terdapat pengaruh yang signifikan motivasi berwirausahaan terhadap minat berwirausaha, (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan pendidikan	Penenlitian saya menggunakan variabel bebas berupa literasi digital daan literasi ekonomi. Dan yang menjadi perbedaan lainnya adalah lokasi yang peneliti lakukan. Selain itu metode yang digunakan dalam penelitian saya menggunakan metode penelitian kuantitatif regresi linier berganda menggunakan SPSS Statistik 23.

			mengarahkan mereka untuk memilih berwirausaha sebagai pilihan karir.	kewirausahaan, kreativitas, dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha dengan tingkat signifikan 0.001 pada mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang.	
2.	Mugiono, (2020) "*The Effect of Digital literacy and Entrepreneurship Education Towards Online Entrepreneurship Intention Through Online Business Learning and Creativity At Marketing Department in Batang Regency*"	Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan model analisis deskriptif, konfirmatori dan analisis persamaan struktural dengan total sampel 160 responden.	Literasi digital merupakan pengetahuan dan keterampilan untuk memanfaatkan sumber daya digital yang mendukung aktifitas masyarakat dalam pembelajaran di bisnis online. Sedangkan tujuan dari pembelajaran bisnis online itu sendiri diharapkan mampu mencetak pembisnis online	Hasil penelitian menunjukan bahwa literasi digital dan pembelajaran bisnis online berpengaruh positif terhadap kewirausahaan online.sementara itu pendidikan kewirausahaan dan kreatifitas berpengaruh negatif	Perbedaanya terletak pada variabel X, untuk Mugiono melakukan penelitian variabel X nya Pendidikan Kewirausahaan, sedangkan saya menggunakan Literasi Ekonomi.

			dimasa depan.		
3.	Titi Susanti "Kuesioner Penelitian Pengaruh Literasi Digital Dan Digital Influencer Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi syariah Iain Syekh Nurjati Cirebon"	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Populasi yang terjangkau dalam penelitian ini adalah mahasiswa ekonomi syariah, IAIN Syekh Nurjati Cirebon dan sampelnya sebanyak 43 mahasiswa.	*digital literacy* di anggap sebagai hal-hal yang mengarah pada keterampilan teknis di lingkungan digital. Selanjutnya juga didukung oleh teori Nitisusatro (2009) yang mengemukakan bahwa untuk memasuki dunia usaha seseorang perlu memiliki kesiapan diantaranya kesiapan sikap mental, kesiapan pengetahuan dan keterampilan dan kesiapan sumberdaya.	Hasil penelitian ini menunjukkan literasi digital tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Sedangkan digital influencer berpengaruh terhadap minat berwirausaha.	Penelitian saya menggunakan variabel bebas berupa literasi digital dan literasi ekonomi, kemudian perbedaan terletak pada metode penelitian berupa regresi linier dengan menggunakan SPSS.

Hasil penelitian berbeda dan telah diapaparkan diatas peneliti mencoba menyimpulkan bahwa tidak semua variabel Literasi Digital dan Literasi Ekonomi dapat memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Mahasiswa menjadi Digital Enterpreneur, selain itu juga ada kemungkinan memiliki pengaruh yang negatif terhadap minat mahasiswa menjadi Digital Enterpreneur Muslim dikarenakan faktor lain yang belum di temukan serta bergantung pula terhadap lokus penelitian, sehingga akan menjadi temuan atau novelty dari hasil penelitian dalam penulisan karya ilmiah ini. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan mengambil judul **"Pengaruh Literasi Digital dan Literasi Ekonomi terhadap Minat Mahasiswa Menjadi *Digital Enterpreneur Muslim*".**

BAB II

LANDASAN TEORI LITERASI DIGITAL, LITERASI EKONOMI DALAM KONTEKS DIGITAL ENTERPRENEUR MUSLIM

A. Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha mencakup keinginan, ketertarikan, dan kesiapan individu untuk menjalani aktivitas wirausaha, yang mencakup keberanian mengambil risiko, kerja keras, serta kesiapan belajar dari kegagalan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup.[24] Subandono menyatakan minat adalah kecenderungan afektif yang kuat dalam diri individu untuk tertarik dalam menciptakan suatu usaha, yang kemudian diwujudkan dalam tindakan mengorganisir, mengatur, menanggung risiko, serta mengembangkan usaha yang telah diciptakan.[25]

Marfuah mengemukakan bahwa dimensi minat berwirausaha mencakup beberapa aspek, antara lain: motivasi yang kuat untuk mencapai tujuan dan memenuhi kebutuhan hidup, keyakinan diri yang tinggi, sikap jujur dan bertanggung jawab, ketahanan fisik dan mental yang prima, ketekunan dan kegigihan dalam menjalankan usaha, kemampuan berpikir kreatif dan konstruktif, orientasi masa depan yang visioner, serta keberanian

[24] Suci Wulandari, "Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas Xii Di Smk Negeri Surabaya," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)* 1, No. 1 (2013): 1–20.

[25] Aris Subandono, "Pengaruh Pembelajaran Life Skill Diklat Kimia Produktif Dan Prestasi Belajar Diklat Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Smk Kimia Industri Theresiana Semarang," 2007, 8–26.

dalam mengambil risiko yang terukur.[26]

Karyadi menambahkan, bahwa minat berwirausaha merupakan gejala psikis yang mendorong individu untuk memfokuskan perhatian dan melakukan tindakan kewirausahaan dengan perasaan positif, karena diyakini akan membawa manfaat bagi diri sendiri. Marfuah mengemukakan bahwa dimensi minat berwirausaha mencakup motivasi, kepercayaan diri, ketekunan, kemampuan berpikir kreatif, orientasi masa depan, dan keberanian mengambil risiko.[27]

Salah satu faktor internal yang memengaruhi minat seseorang dalam berwirausaha adalah *self-efficacy*, yaitu keyakinan seseorang terhadap kemampuannya sendiri untuk melaksanakan tugas atau mencapai tujuan tertentu. *Self-efficacy* merupakan keyakinan individu terhadap kapasitas dirinya dalam melaksanakan suatu tugas. *Teori self-efficacy* yang dikemukakan oleh Albert Bandura menyatakan bahwa individu yang memiliki tingkat keyakinan diri yang tinggi cenderung untuk mencapai keberhasilan, sementara individu yang senantiasa merasa gagal cenderung mengalami kegagalan..[28] Individu yang memiliki tingkat *self-efficacy* yang tinggi cenderung menunjukkan kinerja yang superior karena didorong oleh

[26] Marfuah Marfuah, "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan , Motivasi Berwirausaha Dan Menanamkan Jiwa Leadership Terhadap Minat Berwirausaha," *Sinau : Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Humaniora* 7, No. 1 (2021): 1–12, Https://Doi.Org/10.37842/Sinau.V7i1.56.

[27] Dijah Julindrastuti And Iman Karyadi, "Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa," *Jurnal Tadbir Peradaban* 2, No. 1 (2022): 7–20, Https://Doi.Org/10.55182/Jtp.V2i1.98.

[28] Albert Bandura, "Efikasi Diri: Tinjauan Teori Albert Bandura," *Buletin Psikologi* 20, no. 1–2 (2016): 18–25.

motivasi yang kuat, tujuan yang terdefinisi dengan jelas, stabilitas emosi, dan keyakinan akan kemampuan untuk berhasil dalam aktivitas atau perilaku tertentu. Dalam konteks aspek kepribadian, *self-efficacy* memberikan pengaruh positif dalam menumbuhkan minat berwirausaha seseorang. Hal ini didukung oleh penelitian Manullang, yang menemukan bahwa individu dengan *self-efficacy* tinggi mencapai kinerja yang lebih baik karena faktor-faktor yang telah disebutkan sebelumnya.[29]

Penelitian yang dilakukan oleh Irsyada turut mengonfirmasi temuan tersebut, dengan menunjukkan adanya korelasi positif antara *self-efficacy* dan intensi kewirausahaan.[30] Beberapa riset menunjukkan bahwa efikasi diri (keyakinan pada kemampuan diri sendiri) punya dampak positif dalam menumbuhkan niat berwirausaha. Ini sejalan dengan Teori Perilaku Terencana *(Theory of Planned Behavior)* yang menyatakan bahwa niat adalah faktor penting yang menjembatani sikap atau variabel lain menuju suatu perilaku. Dengan kata lain, jika seseorang merasa mampu (memiliki efikasi diri yang tinggi), kemungkinan besar mereka akan memiliki niat yang kuat untuk berwirausaha.

Teori Perilaku Terencana menyebutkan bahwa niat seseorang untuk melakukan sesuatu ditentukan oleh tiga faktor utama: sikap terhadap

[29] Dominikus Rojoki Manullang and Ikaputera Waspada, "Peran Self Efficacy Dalam Memoderasi Pengaruh Digital Literacy Terhadap Entrepreneurial Intention," *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 7, no. 2 (2022): 118–29, https://doi.org/10.21067/jrpe.v7i2.6797.

[30] Rahmat Irsyada, Ahmad Dardiri, and R Machmud Sugandi, "Kontribusi Minat Berwirausaha Dan Self Efficacy Terhadap Kesiapan Berwirausaha Di Era Revolusi Industri 4 . 0 Mahasiswa Teknik Informatika Se-Malang," *Jurnal Pendidikan* 3, no. 7 (2018): 945–54, http://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/.

perilaku (apakah mereka merasa perilaku itu baik atau buruk), norma subjektif (tekanan sosial dari orang-orang penting di sekitar mereka), dan kontrol perilaku yang dirasakan (keyakinan akan kemudahan atau kesulitan untuk melakukan perilaku tersebut). Dalam konteks minat berwirausaha, fokus utamanya ada pada kontrol perilaku yang dirasakan. Artinya, seberapa besar seseorang merasa mampu dan memiliki sumber daya yang dibutuhkan untuk memulai dan menjalankan bisnis. Semakin tinggi keyakinan ini, semakin besar kemungkinan seseorang memiliki niat kuat untuk berwirausaha.[31] Kontrol perilaku yang dipersepsikan adalah aspek fundamental dalam pembentukan perilaku seseorang. Ini mengacu pada keyakinan individu tentang seberapa mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu. Singkatnya, kemampuan seseorang untuk mengubah perilakunya sangat bergantung pada situasi dan jenis perilaku yang ingin dilakukan.Faktor internal yang sangat memengaruhi hal ini adalah efikasi diri (keyakinan pada kemampuan diri sendiri). Jadi, jika seseorang yakin mereka mampu melakukan sesuatu (efikasi diri tinggi), kemungkinan besar mereka akan memiliki kontrol perilaku yang dipersepsikan lebih tinggi, yang pada akhirnya memengaruhi apakah perilaku tersebut akan terwujud..[32] Self efficacy merupakan kepercayaan terhadap kemampuan seseorang untuk menjalankan tugas. Orang yang percaya diri dengan

[31] Bandura, "Efikasi Diri: Tinjauan Teori Albert Bandura."
[32] Rojoki Manullang and Waspada, "Peran Self Efficacy Dalam Memoderasi Pengaruh Digital Literacy Terhadap Entrepreneurial Intention."

kemampuannya cenderung untuk berhasil, sedangkan orang yang selalu merasa gagal cenderung untuk gagal. Individu yang memiliki self efficay tinggi akan mencapai suatu kinerja yang lebih baik karena individu ini memiliki motivasi yang kuat, tujuan yang jelas, emosi yang stabil dan kemampuannya untuk memberikan kinerja atas aktivitas atau perilaku dengan sukses.[33] Literasi digital yang baik akan memperkuat keyakinan diri (self-efficacy) seseorang. Kemampuan digital yang mumpuni akan menumbuhkan rasa percaya diri untuk bertindak dan melakukan kegiatan, yang pada akhirnya akan meningkatkan minat berwirausaha.

1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

   Kewirausahaan adalah kemampuan sumber daya manusia untuk mencari kesempatan untuk maju dengan bertindak inovatif dan kreatif dalam usaha atau bisnis. Kewirausahaan berarti menjadi kreatif dalam menciptakan hal-hal baru, berinovasi untuk membuat hal-hal yang lama tetap relevan, dan mampu melihat peluang. Keberhasilan banyak orang, baik pengusaha maupun bukan pengusaha, bergantung pada kemampuan mereka untuk menjadi kreatif dan inovatif.

   Minat berwirausaha adalah dorongan dan keinginan yang ada pada seseorang yang memiliki tanggung jawab, tidak takut mengambil risiko, dan ingin mencapai kesuksesan dan keuntungan. Terdapat tiga

[33] Rojoki Manullang and Waspada.

faktor utama yang secara signifikan memengaruhi minat berwirausaha, yaitu lingkungan keluarga, kepribadian, dan motivasi.

a. Lingkungan Keluarga

Keluarga memiliki peran besar dalam membentuk karakter, terutama karakter kewirausahaan. Lingkungan keluarga memiliki pengaruh dalam hal psikologis seorang, yang dapat mempengaruhi pemilihan minat karir seorang mau menjadi apa dimasa depan.

b. Kepribadian

Kepribadian adalah keseluruhan kualitas khas dalam diri, karakter individualistis, sikap, dan berinteraksi yang memberikan tujuan agar dirinya lebih mampu berdiri sendiri.

c. Motivasi

Motivasi adalah keinginan untuk belajar yang didorong oleh minat seseorang untuk mencapai tujuan pribadi dan keyakinan akan kesuksesan.Terdapat beberapa jenis motivasi menurut Davis dan Strom dalam jurnal Diana yaitu motivasi prestasi, motivasi afiliasi dan motivasi kompetensi.

1). Motivasi prestasi (*achievement motivation*) adalah dorongan untuk mencapai tujuan meski menghadapi rintangan.

2). Motivasi afiliasi (*affiliation motivation*) adalah dorongan untuk menjalin hubungan sosial.

3). Motivasi kompetensi (*competence motivation*) dorongan untuk meraih pencapaian.

4). Meningkatkan kinerja dan kemampuan problem-solving.[34]

Menurut Supriadi terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha yaitu:

1). Faktor efikasi diri, yaitu keyakinan seseorang atas kemampuan mereka untuk menyelesaikan tugas dan mencapainya dengan sukses. Efikasi diri penting karena membangun kepercayaan diri yang tinggi untuk memulai, memimpin, dan memiliki mental wirausaha yang matang. Jika dibandingkan dengan orang yang kurang efikasi dirinya, seorang wirausaha yang memiliki tingkat efikasi diri tinggi dianggap memiliki dorongan yang kuat untuk bersikap dan berpikir dengan cara yang berbeda.

2). Ekspektasi pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Individu yang memiliki ekspektasi pendapatan yang lebih tinggi dari berwirausaha cenderung lebih tertarik untuk berwirausaha dibandingkan menjadi karyawan.

3). Kreativitas, Inovasi dan Motivasi, Untuk menjadi wirausaha, seseorang harus memiliki karakteristik inovatif dan kreatif, serta motivasi yang kuat untuk beraktivitas dan mengerahkan energi

[34] Diana Rahmasari Tumanggor, Anne Rumondang Malau, And Hanna M Damanik, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Di Kota Medan," *Journal Of Economics And Business* 04, No. 02 (2022): Hlm. 17.

yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan, pencapaian kepuasan, atau penciptaan keseimbangan melalui pendirian bisnis atau usaha.[35]

Selain faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam berwirausaha, seseorang wirausaha sekurang-kurangnya harus memiliki 12 (dua belas) karakteristik yaitu:

1) Motif beprestasi
2) Selalu perspektif
3) Berdaya cipta tinggi
4) Memiliki perilaku inovatif tinggi
5) Memiliki komitmen dalam pekerjaan
6) Memiliki etos kerja dn tanggung jawab
7) Mandiri atau bergantung pada orang lain
8) Berani menghadapi resiko
9) Selalu mencari peluang
10) Memiliki jiwa kepemimpinan
11) Memiliki kemampuan manjerial
12) Memiliki kemampuan personal.[36]

[35] Supriandi And Yusuf Iskandar, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha: Sebuah Studi Literatur," *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis* 1, No. 1 (July 2022): Hlm. 102-104.

[36] Suharyono, "Sikap Dan Perilaku Wirausahawan," *Jurnal Ilmu Dan Budaya* 40, No. 56 (2017): Hlm. 6579.

Kewirausahaan adalah kemampuan berpikir kreatif dan inovatif untuk menemukan peluang berdasarkan sumber daya dan strategi. Inti dari kewirausahaan adalah menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang dan menghadapi tantangan. Untuk mempu mengambil minat seseorang dalam memutuskan berwirausaha perlu dilakukan beberapa pendakatan melalui indikator minat berwirausaha.

Tabel 3.1 Dimensi dan Indikator Minat Berwirausaha

No.	Dimensi	Indikator
1.	Kepribadian	a. Tingkat Kepercayaan Diri. b. Kreativitas [37] c. Memiliki dorongan melakukan kegiatan maupun pengalaman d. Memusatkan diri terhadap objek yang disukai e. Tertarik mengerjakan objek yang disukai[38]
2.	Lingkungan Keluarga	a. Keberfungsian keluarga b. Sikap dan perlakuan oang tua terhadap anak c. Status ekonomi[39]
3.	Motivasi	a. Tekun menghadapi tugas b. Ulet menghadapi kesulitan c. Cepat bosan dengan tugas-tugas rutin

[37] Rahmatullah Et Al., "Kepercayaan Diri, Kreativitas Dan Motivasi Pengaruhnya Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Milenia;," *Indonesian Journal Of Learning Education And Counseling Artikel Info* 5, No. 2 (2023): 157–66.

[38] Ponorogo And Afni, "Pengaruh Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Digital Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Humaniora , Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong."

[39] Rahmatullah Et Al., "Kepercayaan Diri, Kreativitas Dan Motivasi Pengaruhnya Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Milenia;"

		d. Senang dalam memecahkan masalah[40]

B. Literasi Digital

1. Definisi Literasi Digital

Literasi digital adalah kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber melalui teknologi komputer. Literasi digital sangat penting untuk memahami, mempelajari, dan memberi pencerahan pada disiplin ilmu lainnya. Era digital memiliki perspektif yang berbeda terhadap masyarakat, yang mengharuskan individu untuk berinteraksi dengan lingkungannya dan mengembangkan keterampilan digital.[41]

Saat ini, teknologi menghadirkan peluang besar sekaligus tantangan bagi mahasiswa yang ingin merintis bisnis. Teknologi, yang sudah jadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari mahasiswa, bisa menjadi mesin pemasaran dan produksi yang ampuh untuk menjangkau pasar dan konsumen yang lebih luas. Namun, jika mahasiswa gagal memanfaatkan teknologi ini secara efektif, mereka akan menghadapi persaingan ketat. Kompetitor konvensional sekalipun akan masuk ke pasar dengan layanan berbasis teknologi. Contohnya, kehadiran GoJek

[40] Lailatus Sa'adah And Amir Mahmud, "Pengaruh Penggunaan Instagram Dan Efikasi Diri Melalui Motivasi Berwirausaha Terhadap Intensi Berwirausaha," *Economic Education Analysis Journal* 8, No. 1 (2019): 18–32.

[41] Enny Dwi Oktaviyani, Ariesta Lestari, And Licantik Licantik, "Membangun Literasi Digital Bagi Warga Desa Hurung, Kecamatan Banama Tingang, Kabupaten Pulang Pisau," *Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat* 2, No. 2 (September 29, 2021): Hlm. 48-49, Https://Doi.Org/10.47747/Jnpm.V2i2.386.

dengan GoFood dan Go-Send, Grab dengan Grab-Food, serta penetrasi penjual melalui marketplace profesional seperti Tokopedia dan Bukalapak. Ini menunjukkan bahwa penguasaan teknologi adalah kunci utama agar bisnis mahasiswa bisa bersaing di era digital.[42]

Menurut Douglas dalam buku Camdan dkk, mengatakan bahwa ada delapan elemen esensial untuk mengembangkan literasi digital, sebagai berikut:

a. Kultural, yaitu pemahaman ragam konteks pengguna dunia digital,
b. Kognitif, yaitu daya piker dalam menilai konten,
c. Konstruktif, yaitu reka cipta sesuatu yang ahli dan actual,
d. Komunikatif, yaitu memahami kinerja jejaring dan komunikasi di dunia digital,
e. Kepercayaan diri yang bertanggung jawab,
f. Kreatif, melakukan hal baru dengancara baru,
g. Kritis dalam menyikapi konten, dan
h. Bertanggung jawab secara sosial.[43]

Literasi digital memiliki tiga prinsip tingkatan yang saling berkaitan, Pertama, Kompetensi Digital: Ini adalah fondasi utamanya, mencakup keterampilan, konsep, pendekatan, dan perilaku yang

[42] Nur Asni Aulia Et Al., "Kajian Literasi Kewirausahaan Dan Literasi Digital Terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian Di Pasar Baru Kabupaten Bantaeng," *Jurnal Penelitian Dan Penalaran* 8, No. 1 (February 2021): Hlm. 19.

[43] Chamdan Mashuri Et Al., *Buku Ajar Literasi Digital* (Jawa Barat: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2022), Hlm. 8.

diperlukan untuk berinteraksi dengan teknologi digital. Kedua, Penggunaan Digital: Tingkat ini berfokus pada pengaplikasian kompetensi digital yang sudah dimiliki dalam berbagai konteks atau situasi spesifik. Ketiga,Transformasi Digital: Ini adalah tingkat tertinggi, di mana individu dituntut untuk menunjukkan kreativitas dan inovasi dalam memanfaatkan dunia digital untuk menciptakan nilai baru atau memecahkan masalah.

Ketiga prinsip ini menunjukkan bahwa literasi digital bukan hanya soal tahu cara menggunakan teknologi, tetapi juga bagaimana menerapkannya secara cerdas dan inovatif untuk menciptakan perubahan.Terdapat beberapa elemen-elemen literasi digital yaitu 1). *Information Literacy,* yaitu kemampuan menemukan, menganalisis dan merangkum informasi, mengevaluasi kredibilitas sumber informasi dan kesadaran menggunakan dan mengutip secara etis dan legal memfokuskan topik dan merumuskan pertanyaan penelitian secara akurat, efektif dan efisien. 2).*Computer Literacy,* yaitu kemampuan menggunakan kompuuterdan software aplikasi untuk penyelesaian tujuan. 3).*Media Literacy,* kemampuan mengkomunikasikan informasi menggunakan media digital. 4).*Communication Literacy,* kemampuan berkomunikasi dan bekerjasama baik dalam kerja indiviu maupun dalam tim dengan menggunakan media digital. 5).*Visual Literacy,* kemampuan memahami informasi yang disajikan dalam bentuk grafis atau gambar,

kemampuan untuk mengubah informasi dari semua jenis menjadi grafik atau bentuk yang komunikatif.

Literasi digital adalah kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber menggunakan teknologi komputer. Sangat penting bagi siswa untuk mempelajari, mengajar, dan menerapkan keterampilan digital di berbagai bidang. Teknologi digital memiliki perspektif yang berbeda terhadap masyarakat, yang mengharuskan individu untuk berinteraksi dengan lingkungan mereka dan mengembangkan keterampilan digital. Sangat penting bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan bisnis mereka, karena hal itu membantu mereka menjadi pesaing yang lebih efektif dan menjangkau konsumen yang lebih luas. Tiga elemen kunci literasi digital meliputi pemahaman budaya, keterampilan kognitif, keterampilan konstruksi, keterampilan komunikasi, pemikiran kreatif, pemikiran kritis, dan tanggung jawab sosial. Elemen lainnya meliputi literasi informasi, literasi komputer, literasi media, literasi komunikasi, dan literasi visual. Literasi digital membantu mahasiswa memahami, menganalisis, dan menggunakan informasi secara efektif, sehingga mendorong masyarakat yang lebih terhubung dan efektif.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Digital

Literasi digital adalah kemampuan krusial di era sekarang, oleh karena itu, pengembangannya sangat penting. Untuk bisa mengembangkan literasi digital seseorang secara efektif, kita perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhinya. Faktor-faktor ini dapat dibagi menjadi dua kategori utama: eksternal dan internal.

a. Faktor Eksternal
    1) Keaktifan penggunaan media online
    2) Prestasi akademik
    3) Peran orangtua dan keluarga
    4) Intesitas membaca.

b. Faktor Internal
    1) Rasa ingin tahu yang dikominasikan dengan motivasi belajar
    2) Determinasi diri.[44]

Literasi digital membutuhkan kemampuan untuk menafsirkan informasi dari media digital secara kritis, yang didorong oleh minat dan tekad pribadi. Informasi yang dicari individu bermula dari rasa ingin tahu yang mendorong mereka untuk mencari data yang relevan. Namun, kemampuan memilih informasi yang tepat juga esensial, sehingga tingkat determinasi diri (ketekunan dan kegigihan) menjadi sangat penting di sini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh

[44] Riswanti Rini, Nurain Suryadinata, And Ujang Efendi, "Literasi Digital Mahasiswa Dan Faktor-Faktor Yang Berpengaruh," *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan* 10, No. 2 (October 15, 2022): Hlm. 172, Https://Doi.Org/10.21831/Jamp.V10i2.48774.

rasa ingin tahu dan determinasi diri terhadap literasi digital. Selain itu, akan dikembangkan model persamaan matematika yang dapat memprediksi tingkat literasi digital seseorang berdasarkan rasa ingin tahu dan determinasi dirinya..[45]

Menurut Rosalina terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi literasi digital seseorang yaitu Usia,Peran Keluarga, Intensitas Penggunaan Internet, Dukungan Organisasi dan Sosial Ekonomi.[46] Sedangkan, Menurut Rahmat, Literasi digital memerlukan pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhinya, yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal meliputi efektivitas media daring, prestise akademis, minat pribadi dan kelompok, serta motivasi belajar. Faktor internal meliputi motivasi pribadi dan penentuan nasib sendiri. Faktor-faktor yang memengaruhi literasi digital meliputi penggunaan, pengaruh kelompok, intensitas internet, lingkungan organisasi, dan faktor sosial ekonomi.[47] Memahami faktor-faktor ini sangat penting untuk literasi digital yang efektif.

[45] Riswanti Rini, Nurain Suryadinata, And Ujang Efendi, "Literasi Digital Mahasiswa Dan Faktor-Faktor Yang Berpengaruh," *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan* 10, No. 2 (October 15, 2022): Hlm. 173, Https://Doi.Org/10.21831/Jamp.V10i2.48774.

[46] Dhian Rosalina Et Al., "Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kompetensi Literasi Digital Mahasiswa Di Era Revolusi Industri 4.0," *Ekonika Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* 6, No. 2 (September 29, 2021): Hlm. 297, Https://Doi.Org/10.30737/Ekonika.V6i2.1996.

[47] Rahmat Syah, Daddy Darmawan, And Agus Purnawan, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kemampuan Literasi Digital," *Jurnal Akrab* 10, No. 2 (2019): 60–69, Https://Doi.Org/10.51495/Jurnalakrab.V10i2.290.

Berdasarkan pendapat Rosalina dan Rahmat, dapat disimpulkan bahwa literasi digital merupakan hasil interaksi yang kompleks antara berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Baik usia, peran keluarga, intensitas penggunaan internet, dukungan organisasi, status sosial ekonomi, efektivitas media daring, prestise akademis, minat pribadi, motivasi belajar, hingga penentuan nasib sendiri semuanya memiliki peran dalam membentuk kemampuan literasi digital seseorang. Perlu adanya program-program yang dirancang khusus untuk meningkatkan literasi digital, baik di tingkat individu maupun masyarakat. Masih diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami secara mendalam interaksi antara berbagai faktor yang mempengaruhi literasi digital.

3. Indikator Literasi Digital

Menurut Hasan dkk terdapat empat indikator dalam mengukur literasi digital seseorang yaitu menjadikan media sebagai referensi untuk menemukan ide usaha, kemampuan menggunakan suatu media digital secara kreatif guna mengendalikan dan memilih informasi yang diperoleh sebagai referensi untuk usahanya, keterampilan individu

menggunakan media digital dalam menjalankan usaha, memasarkan produk melalui media sosial.[48]

Terdapat empat indikator dalam penelitian yang digunakan oleh Nur Samsul dkk, yaitu pencarian di internet (*internet searching*), pandu arah hypertext (*hypertextual navigation*), evaluasi konten informasi (*content evaluation*) dan penyusunan pengetahuan (*knowledge assembly*).[49]

Indikator yang digunakan dalam penelitian Besse dan Novita menggunakan lima indikator yaitu Kemampuan dalam menafsirkan informasi, kemampuan menyaring informasi, kemampuan mengelola identitas online, menngunakan media sosial sebagai referensi dan kemampuan mengadopsi perangkat digital.[50`]

Penggabungan indikator-indikator ini dapat memberikan pandangan yang komprehensif tentang literasi digital, mencakup aspek

[48] M Hasan Et Al., "Literasi Kewirausahaan Dan Literasi Bisnis Digital Pada Generasi Milenial Pelaku Usaha: Perspektif Kirzerian Entrepreneur" 6, No. 1 (2021): Hlm 30.

[49] Nur Samsul Bahri Nur Samsul Bahri Et Al., "The Influence Of Digital Literacy And Entrepreneurial Behavior On Small Business Performance (Study On Culinary Business In Jeneponto Regency)," *Daengku: Journal Of Humanities And Social Sciences Innovation* 1, No. 2 (September 22, 2021): Hlm. 74, Https://Doi.Org/10.35877/454ri.Daengku582.

[50] Hidayati, Besse Wediawati, And Novita Sari, "Pengaruh Literasi Kewirausahaan Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Dibidang Start-Up (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Kosentrasi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Danbisnis Universitas Jambi)," *Jurnal Dinamika Manajemen* 11, No. 1 (2023): Hlm.49.

teknis, kognitif, dan sosial yang relevan dalam era digital, khususnya dalam konteks pengembangan usaha digital.Maka indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 3.2 Dimensi dan Indikator Literasi Digital

NO	DIMENSI	INDIKATOR
1.	Akses dan Penggunaan Teknologi Digital	1. Kemampuan mahasiswa dalam mengakses perangkat digital (komputer, smartphone, internet) 2. Frekuensi penggunaan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari.[51]
2	Pemahaman Teknologi Digital	1. Kemampuan menggunakan perangkat lunak dan platform digital seperti marketplace, aplikasi perbankan online, dan media sosial untuk bisnis. 2. Penguasaan alat digital untuk membuat konten kreatif yang mendukung usaha di dunia digital.[52]
3	Kreativitas dalam Penggunaan Teknologi Digital	1. Kemampuan menghasilkan ide kreatif dan inovatif

[51] Ulfa Uswatun Hasanah And Khasan Setiaji, "Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri, Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Dalam E-Business," *Economic Education Analysis Journal* 2, No. 1 (2019): 1–18, Https://Doi.Org/10.15294/Eeaj.V13i2.17051.

[52] Sindi Indriyani Et Al., "Pengaruh Literasi Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan Aktualisasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Makassar," *Eklektik : Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan* 5, No. 2 (2022): 229, Https://Doi.Org/10.24014/Ekl.V5i2.18577.

		menggunakan teknologi digital seperti aplikasi desain grafis, video editing, atau coding. 2. Penggunaan teknologi digital untuk menciptakan produk atau layanan baru yang berbasis digital.[53]
4	Kolaborasi dan Komunikasi Digital	1. Kemampuan berkolaborasi dengan tim atau mitra bisnis melalui alat komunikasi digital (Zoom, Google Meet, Slack). 2. Kemampuan menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan dan mitra secara efektif.[54]
5	Keamanan dan Etika dalam Dunia Digital	1. Pemahaman mengenai perlindungan privasi dan keamanan data pribadi serta bisnis online. 2. Kesadaran akan etika berbisnis di platform digital, seperti hak cipta dan perilaku bisnis yang etis.[55]

[53] Rahmatullah Et Al., "Kepercayaan Diri, Kreativitas Dan Motivasi Pengaruhnya Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Milenia;"

[54] Moh Gifari Sono, Erwin Erwin, And Muhamad Ammar Muhtadi, "Strategi Pemasaran Digital Dalam Mendorong Keberhasilan Wirausaha Di Era Digital," *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science* 1, No. 04 (2023): 312–24, Https://Doi.Org/10.58812/Jekws.V1i04.712.

[55] Ambarita Et Al., "Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa Dan Alumni Guna Era Digital."

6	Kemampuan Adaptasi terhadap Teknologi Baru	1. Kemampuan belajar dan mengadopsi teknologi baru yang relevan untuk bisnis digital, seperti teknologi *cloud computing*, AI, atau pemasaran digital. 2. Cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi terbaru untuk memanfaatkan peluang baru di pasar digital.[56]

Pelaku usaha harus punya kemampuan untuk memahami dan mengevaluasi informasi yang mereka terima. Tak cuma menerima, mereka juga perlu cakap dalam menelusuri dan mengidentifikasi informasi, terutama yang berbentuk digital. Kemampuan inilah yang kita kenal sebagai literasi digital. Menurut Brian (seperti yang disebutkan Hartono), ada sepuluh manfaat penting dari literasi digital bagi pelaku usaha, yaitu: Menghemat waktu, Belajar lebih cepat,Menghemat uang, Membuat lebih aman, Senantiasa memperoleh informasi terkini, Selalu terhubung, Membuat keputusan yang lebih baik, Fleksibilitas dalam menjalankan operasional, Kemudahan dan efisiensi dalam bekerja, Kontribusi melalui inovasi dan jangkauan digital. Manfaat-manfaat ini menunjukkan betapa

[56] Rafi Muhammad, "Muhamad Rafi Rayhan, 2 Heny Hendrayati, 3 Chairul Furqon," *Adaptasi Transpormasi Teknologi Digital Dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Umkm Kuliner* 8, No. 2 (2024): 156–71.

krusialnya literasi digital bagi pelaku usaha untuk bisa bersaing dan berkembang di era digital saat ini..[57]

Manfaat lain yang dikemukakan dalam jurnal Hasan dkk, untuk membangun dan meningkatkan pemahaman tentang keberadaan media digital pada tingkat pengembangan sumber daya manusia.[58] Dapat disimpulkan bahwasanya pelaku usaha harus memahami dan mengevaluasi informasi yang diterima, yang harus diimbangi dengan kemampuan untuk menerima dan menelusur dan mengidentifikasi informasi tersebut. Literasi digital memiliki sepuluh manfaat penting, seperti menghemat waktu, belajar lebih cepat, menghemat uang, menjadi lebih aman, tetap terhubung dengan orang lain untuk membuat keputusan yang tepat, dapat membuat Anda bekerja, dan membantu Anda membuat keputusan yang lebih baik.

C. Literasi Ekonomi

1. Definisi Literasi Ekonomi

Literasi ekonomi penting bagi setiap negara untuk mempersiapkan masyarakat menghadapi perubahan keuangan global. Literasi ekonomi adalah kemampuan menggunakan konsep ekonomi untuk membuat keputusan cerdas tentang sumber daya ekonomi demi

[57] Hartono, *Transformasi Perpustakaan Dalam Ekosistem Digital: Konsep Dasar, Organisasi Informasi, Dan Literasi Digital*, 1st Ed. (Jakarta: Kencana, 2020), Hlm. 320.

[58] M Hasan Et Al., "Literasi Kewirausahaan Dan Literasi Bisnis Digital Pada Generasi Milenial Pelaku Usaha: Perspektif Kirzerian Entrepreneur" 6, No. 1 (2021): Hlm. 29.

kesejahteraan. Masyarakat yang paham ekonomi akan lebih memahami kebijakan pemerintah.[59]

Literasi ekonomi merupakan suatu perangkat pengetahuan yang memiliki fungsi transformatif dalam mengubah perilaku finansial individu dari irasional menjadi rasional. Hal ini diimplementasikan dalam kemampuan untuk mengelola pendapatan secara efektif, yang meliputi aktivitas menabung, berinvestasi, melindungi aset, serta memenuhi kebutuhan hidup secara proporsional.[60] Apabila literasi ekonomi baik maka akan memberikan pengaruh terhadap pembangunan yang memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan pendapatan rumah tangga secara keseluruhan.

Dalam rangka membuat pilihan yang cerdas, pemahaman yang baik mengenai ekonomi merupakan suatu keharusan. Literasi ekonomi pada dasarnya merupakan sebuah instrumen, bukan tujuan akhir yang ingin dicapai. Oleh karena itu, literasi ekonomi dapat dipelajari dan dikembangkan untuk mencapai tujuan kesejahteraan.[61]

---

[59] Thamrin Tahir, Muhammad Hasan, And Ihsan Said, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa," *Indonesian Journal Of Economics, Entrepreneurship And Innovation* 2, No. 1 (2021): 2721–8287, Https://Doi.Org/10.31960/Ijoeei.V2i1.1038.

[60] Aida Fatimatus Sahroh, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya," *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jupe)* 6, No. 3 (2018): 208–15.

[61] Peter Garlans Sina, "Analisis Literasi Ekonomi," *Jurnal Economia* 8, No. 2 (October 25, 2012): Hlm. 137, Https://Doi.Org/10.21831/Economia.V8i2.1223.

Penelitian ini tidak hanya menggunakan pendekatan literasi ekonomi dari sudut pandang konvensional, namun juga mengintegrasikannya dengan nilai-nilai ekonomi syariah. Integrasi ini penting karena mahasiswa yang menjadi subjek penelitian merupakan bagian dari masyarakat Muslim yang kehidupannya tidak lepas dari norma dan ajaran Islam, termasuk dalam aspek ekonomi.

Ekonomi syariah sendiri menekankan prinsip-prinsip seperti keadilan, kejujuran (ṣidq), amanah, kebersihan transaksi dari riba, gharar, dan maysir, serta tujuan utama untuk mencapai kemaslahatan (maṣlaḥah) dan keseimbangan antara aspek dunia dan akhirat. Dengan demikian, literasi ekonomi yang dikembangkan dalam penelitian ini disesuaikan dengan prinsip-prinsip dasar ekonomi syariah.[62]

Uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi syariah adalah kemampuan individu dalam memahami dan menerapkan konsep-konsep dasar ekonomi secara kritis dan rasional dalam pengambilan keputusan ekonomi, yang tidak hanya berorientasi pada efisiensi dan kesejahteraan material, tetapi juga dilandasi oleh nilai-nilai Islam seperti kejujuran (*ṣidq*), amanah, keadilan, serta menjauhi praktik riba, gharar, dan maysir, dengan tujuan akhir untuk mencapai kemaslahatan (*maṣlaḥah*) dan keberkahan dalam kehidupan.

2. Faktor-Faktor Literasi Ekonomi

[62] Firda Zulfa, "Pemikiran Ekonomi Islam Adiwarman Azwar Karim," *El-Faqih:Jurnal Pemikiran & Hukum Islam* 1, no. 2 (2015): 17–30.

Literasi ekonomi didefinisikan sebagai tingkat pemahaman individu yang termanifestasikan dalam kemampuan untuk membuat pilihan yang rasional terkait alokasi sumber daya. Literasi ekonomi juga merupakan indikator sejauh mana seseorang menyadari adanya kekuatan-kekuatan ekonomi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas hidup masyarakat secara luas.

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat literasi ekonomi sebagai berikut:

a. Demografis

Tempat tinggal adalah kerangka dasar kehidupan pribadi rumah tangga. Secara umum, tempat tinggal akan menunjukkan gaya hidup rumah tangga dan tingkat produktivitasnya di lingkungannya. Pengalaman yang didapat individu akan berkorelasi positif dengan kualitas lingkungan tempat tinggal mereka. Faktor-faktor demografi seperti dinamika penduduk, komposisi penduduk, serta jumlah dan distribusi penduduk dapat memengaruhi tingkat literasi seseorang, termasuk literasi ekonomi. Memahami bagaimana faktor-faktor ini berinteraksi dengan literasi penting untuk merancang program-program pendidikan dan kebijakan yang efektif untuk meningkatkan literasi masyarakat secara luas.[63]

[63] Triani Widyanti, Tetep, And Eldi Mulyana, "Analisis Faktor Pendidikan Dan Demografi Terhadap Tingkat Literasi Ekonomi Mahasiswa," *Business Innovation And Entrepreneurship Journal* 1, No. 3 (2019): 203–9, Https://Doi.Org/10.35899/Biej.V1i3.30.

b. Tingkat Pendidikan

Sebuah laporan dari National Economic Council menyatakan bahwa tingkat pendidikan dapat memengaruhi tingkat literasi ekonomi. Pendidikan dibagi menjadi jenjang, seperti STPM, diploma, sarjana, dan master, untuk melihat pengaruh terhadap literasi ekonomi. Tingkat Pendidikan seseorang maka Tingkat literasi ekonomi pun akan semakin tinggi. Hal ini berkaitan dengan cara orang belajar, terutama melalui sistem formal, yang berdampak pada pengetahuan dan pemahaman mereka, terutama dalam hal ekonomi.

c. Pengalaman Kerja

Pengalaman kerja berpengaruh terhadap literasi ekonomi. Pengalaman kerja, meskipun tidak menunjukkan hubungan linear dengan proses pembelajaran, terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap peningkatan literasi ekonomi individu, terutama dalam mempercepat proses tersebut.[64]

[64] Dwi Nurhayati, *Literasi Ekonomi (Theory And Research)* (Jawa Tengah: Cv Pena Persada, 2021), Hlm. 21-33.

Literasi ekonomi bermanfaat untuk mengembangkan pola pikir mahasiswa agar lebih cerdas dan kritis, terutama dalam mengambil keputusan untuk memulai dan mengembangkan usaha.[65] Manfaat lain dari literasi ekonomi yaitu dapat meningkatkan kinerja dalam kewirausahaan selain itu dengan penerapan literasi ekonomi dapat mendorong rasionalitas perilaku ekonomi.[66] Memiliki pengetahuan ekonomi (literasi ekonomi) memungkinkan individu untuk mengelola sumber daya keuangan sehari-hari, memungkinkan mereka untuk mengelola keuangan mereka secara efektif dan memengaruhi situasi keuangan pribadi mereka dalam kaitannya dengan kegiatan ekonomi.[67]

Dapat disimpulkan bahwa Manfaat literasi ekonomi adalah pemahaman pola pikir mahasiswa untuk lebih berfikir cerdas dan kritis, terutama dalam keputusan memulai dan mengembangkan usaha, dan memiliki pengetahuan

[65] Mey Linda Rachmona Zulatsari And Yoyok Soesatyo, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2015," *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jupe)* 6, No. 3 (August 2, 2018): Hlm. 159, Https://Doi.Org/10.26740/Jupe.V6n3.P%P.

[66] Deri Firmansyah And Dede, "Kinerja Kewirausahaan: Literasi Ekonomi, Literasi Digital Dan Peran Mediasi Inovasi," *Formosa Journal Of Applied Sciences* 1, No. 5 (October 31, 2022): Hlm. 746-748, Https://Doi.Org/10.55927/Fjas.V1i5.1288.

[67] Selamat Riadi, Maretta Ginting, And Prabudi Darus, "Pelatihan Literasi Ekonomi Untuk Meningkatkan Minat Kewirausahaan Pada Siswa Kelas Xii Jurusan Teknik Komputer Dan Jaringan Smk Swasta Mustafa Perbaungan," *Jurnal Abdimas Mutiara* 3, No. 2 (August 10, 2022): Hlm. 224.

ekonomi memungkinkan individu untuk mengelola sumber daya keuangan sehari-hari.

3. Indikator Literasi Ekonomi

Menurut Nurjanah dalam jurnal Ferdian dkk, terdapat lima indikator literasi ekonomi yaitu pemahaman tentang kebutuhan, kelangkaan, motif ekonomi, prinsip ekonomi, dan kegiatan ekonomi.[68] Adapun indikator literasi ekonomi menurut *the NatCouncil of Education* dalam Jurnal Asriati yaitu sebagai berikut: "kelangkaan, pengambilan Keputusan, alokasi, perdagangan, pasar, peran harga, peran uang, kewirausahaan, dan pendapatan".[69]

Dari bebeapa pendapat indikator menurut beberapa sumber diatas indikator yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada teori indikator literasi ekonomi menurut Nurjanah dengan menggunakan lima indikator literasi ekonomi yaitu pemahaman tentang kebutuhan, kelangkaan, motif ekonomi, prinsip ekonomi, dan kegiatan ekonomi.

[68] Puteri Nanda Ferdian, Noor Ellyawati, And Riyo Riyadi, "Literasi Ekonomi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman," *Educational Studies: Conference Series* 2, No. 1 (July 21, 2022): Hlm. 42, Https://Doi.Org/10.30872/Escs.V2i1.1188.

[69] Nuraini Asriati, Anita, And Mashudi, "Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ilmu Ekonomi Feb Untan," *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa* 10, No. 3 (2021): Hlm. 2.

Tabel 3.3 Dimensi dan Indikator Literasi Ekonomi

NO	DIMENSI	INDIKATOR
1.	Pemahaman tentang Kebutuhan dan Keinginan	1. Kemampuan mahasiswa membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam konteks bisnis digital yang halal dan maslahah. 2. Kemampuan memprioritaskan kebutuhan bisnis digital syariah dalam situasi terbatas.[70]
2	Kelangkaan dan Pilihan	1. Kesadaran tentang keterbatasan sumber daya yang tersedia dalam dunia digital (seperti modal, waktu, teknologi) adalah ujian dari Allah SWT yang harus dikelola secara bijak. 2. Kemampuan memilih alternatif terbaik yang halal dan maslahat dalam menjalankan bisnis digital di tengah keterbatasan sumber daya[71]
3	Motif Ekonomi	1. Pemahaman tentang motif ekonomi seperti keuntungan,

[70] Madeleine Mccowage And Jacqui Dwyer, "Economic Literacy: What Is It And Why Is It Important?| Bulletin–December 2022," *The Reserve Bank Of Australia, Bulletin – December 2022*, No. December (2022): 11–22.

[71] Annamaria Lusardi And Olivia S. Mitchell, "Financial Literacy Around The World: An Overview," *Journal Of Pension Economics And Finance* 10, No. 4 (2011): 497–508, Https://Doi.Org/10.1017/S1474747211000448.

		efisiensi, dan produktivitas harus ditujukan untuk kemaslahatan dan keberkahan. 2. Kesadaran bahwa inovasi dan efisiensi dalam bisnis digital merupakan bagian dari ikhtiar yang halal dan bernilai ibadah.[72]
4	Prinsip Ekonomi	1. emahaman prinsip efisiensi dalam penggunaan sumber daya yang sesuai dengan nilai Islam seperti shiddiq (jujur) dan amanah. 2. Pemahaman tentang trade-off (pengorbanan) dalam bisnis digital yang tidak melanggar prinsip syariah.[73]
5	Kegiatan Ekonomi	1. Pemahaman tentang proses produksi dan jual beli barang/jasa di sektor digital yang sesuai dengan prinsip halal dan tanpa riba/gharar. 2. Pemahaman tentang distribusi digital dan platform e-commerce yang sesuai syariat. 3. Pengetahuan tentang konsumsi digital

[72] Mccowage And Dwyer, "Economic Literacy: What Is It And Why Is It Important?| Bulletin–December 2022."

[73] De Witte Bruno, "Eui Working Papers Minorities," *Eui Working Papers* 15, No. 2001 (2008): 1–63, Http://Onlinelibrary.Wiley.Com/Doi/10.1162/Jeea.2008.6.6.1109/Abstract.

		yang tidak berlebihan dan mengikuti etika Islam.[74]

Sya'fiatul menyatakan bahwa Ekonomi syariah adalah sekumpulan prinsip ekonomi yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah. Ini menjadi dasar pembangunan sistem ekonomi yang bisa diterapkan di berbagai lingkungan dan era..[75] Menurut Kholis, Ekonomi syariah dapat dipahami sebagai disiplin ilmu yang mempelajari penerapan perintah dan aturan syariah. Tujuannya adalah untuk melindungi dari ketidakadilan dalam proses pemerolehan dan pemanfaatan sumber daya alam. Hal ini dilakukan demi memenuhi kebutuhan manusia sekaligus memungkinkan mereka menjalankan tanggung jawabnya kepada Allah SWT dan masyarakat secara keseluruhan.[76] Ekonomi syariah adalah ilmu pengetahuan yang menggabungkan ilmu ekonomi dengan prinsip syariah yang berlandaskan Al-Quran dan Hadist.

Menurut penelitian Muthmainnah, Yusuf Al-Qardhawi menekankan bahwa dalam kegiatan produksi, sangatlah penting untuk berpegang

[74] Haiyang Chen And Ronald P. Volpe, "An Analysis Of Personal Financial Literacy Among College Students," *Financial Services Review* 7, No. 2 (1998): 107–28, Https://Doi.Org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7.

[75] Masfi Sya'fiatul Ummah, *Ekonomi islam*, *Sustainability (Switzerland)*, vol. 11, 2019, http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.

[76] Nur Kholis, Suci Aprilliani, and Utami Nofrianto, *Pengantar Ekonomi Islam Penulis : Azharsyah Ibrahim | Erika Amelia | Nashr Akbar*, 2021.

teguh pada segala sesuatu yang dihalalkan Allah dan tidak melampaui batas. Hal ini berarti setiap proses dan bahan yang digunakan dalam produksi harus sepenuhnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah..[77] Berdasarkan definisi diatas Ekonomi syariah adalah sebuah paradigma ekonomi yang telah diterima dan diterapkan oleh masyarakat. Implementasi ini terwujud melalui berbagai pembuktian empiris yang diciptakan oleh berbagai pihak, termasuk akademisi, banker, ekonom, praktisi, dan para profesional lainnya. Tentunya, semua ini selalu dikawal oleh para ulama dan fukaha yang memiliki pemahaman mendalam tentang ilmu agama dan muamalah (transaksi).

1. Konsep dan Prinsip Ekonomi syariah

Bahasa Arab mengistilahkan Ekonomi syariah sebagai al-iqtishad al-Islami. Istilah "iqtishad" (ekonomi) sendiri didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari aturan-aturan seputar produksi, distribusi, dan konsumsi kekayaan. Konsep Ekonomi syariah terbentuk dan menjadi sebuah paradigma yang berlandaskan pada dua sumber utama Pertama,Sumber Naqli (Wahyu): Ini merujuk pada teks-teks keagamaan yang tidak dapat diperdebatkan kebenarannya (al-adillah al-qat'iyyah). Sumber ini meliputiAl-Qur'an (al-wahy al-matlu atau wahyu yang dibaca) dan As-Sunnah (al-wahy ghayr al-matlu atau wahyu yang tidak dibaca). Kedua, Sumber 'Aqli (Ijtihad): Ini adalah

[77] Muthmainnah Sultan, *Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer*, 2021.

pandangan yang diperoleh melalui kesungguhan berpikir dan telah disepakati. Sumber ini mencakup: Al-Ijma' (konsensus ulama) dan Al-Qiyas (analogi), yang juga dikenal sebagai al-adillah al-ijtihadiyyah (bukti-bukti ijtihad). Dengan demikian, Ekonomi syariah dibangun di atas fondasi yang kuat dari wahyu ilahi dan upaya intelektual para ulama untuk memahami dan menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas ekonomi..[78]

Pada tahun 1911, berdirilah organisasi Syarikat Dagang Islam (SDI) yang beranggotakan para tokoh dan intelektual muslim. Organisasi ini mengusung ekonomi syariah yang berlandaskan pada pedoman utama seluruh umat Islam di dunia, yaitu Al-Qur'an. Salah satu prinsip penting dalam ekonomi syariah, yang juga ditegaskan dalam Al-Qur'an, terdapat pada Surat Al-Baqarah ayat 282. Ayat ini menjelaskan bahwa jika melakukan transaksi utang-piutang (muamalah), maka hendaklah ditulis dengan benar. Selain itu, orang yang berutang harus mendiktekan (apa yang akan dituliskan), dan tidak boleh mengurangi sedikit pun dari utangnya. Ini menunjukkan pentingnya transparansi dan keadilan dalam setiap transaksi ekonomi..[79]

[78] Taufiq Hidayat, *Sejarah Dan Pemikiran Ekonomi Islam*, 2015.

[79] Tira Nur Fitria, "Kontribusi Ekonomi Islam Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 2, no. 03 (2016), https://doi.org/10.29040/jiei.v2i03.3.

Empat faktor utama dalam menjalankan bisnis dengan prinsip moral memerlukan perhatian pada empat faktor utama ini, yaitu:

a. Shiddiq (benar atau jujur)

   Perihal berhubungan dengan pelanggan dalam berinteraksi dan bertransaksi haruslah berperilaku shiddiq selama masih dalam perjanjian dengan mitra bisnis.

b. Amanah (terpercaya, kredibel)

   Untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketententuan dan bertanggungjawab.

c. Fathanah (cerdas)

   Memahami, mengerti dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya.

d. Thabligh (komunikatif)

   Penyampaian yang benar, hal yang disampaikan berbobot dengan tutur kata yang tepat sehingga mudah dipahami oleh msyarakat dan pesan bisnis yang diinginkan tersampaikan. Oleh sebab itu, prinsip dasar ekonomi syariah terdiri dari lima aksioma yaitu sebagai berikut: 1). Keesaan (Tauhid) Tauhid atau keesaan Allah SWT. adalah hal mendasar yang wajib diyakini oleh manusia yang beragama Islam. Ada tiga elemen dalam kerangka[80] 1)keesaan yang memainkan peranan utama dalam

[80] M Turmudi, "PRODUKSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM Muhammad," *Jurnalnasional.Ump.Ac.Id* 3, no. 2 (2017): 77.

memfokuskan kembali motivasi terhadap tindakan ekonomi.2). Al-'Adl wa al-Ihsan yaitu keseimbangan dan timbal balik dalam hubungan antar manusia, seperti berlaku adil dan tidak boleh zalim. 3) Ikhtyar, Manusia sebagai makhluk Allah SWT yang paling spesial karena dianugerahi akal memiliki kebebasan dalam berkehendak.4). Fardh, merupakan suatu tanggung jawab manusia yang tertuang dalam tiga aspek, yaitu tanggung jawab kepada Allah SWT, kepada diri sendiri, dan kepada masyarakat. 5) Ihsan adalah sikap tentang sopan, ramah, murah hati, dan sabar dari seorang pedagang dapat menarik perhatian positif dari konsumen dan meninggalkan kesan yang baik. Namun, jika pedagang bersikap sebaliknya, seperti tidak sopan, tidak ramah, tidak sabar, atau membeda-bedakan perlakuan, hal itu akan terlihat dan memberikan kesan negatif.[81].

D. Kerangka Analisis

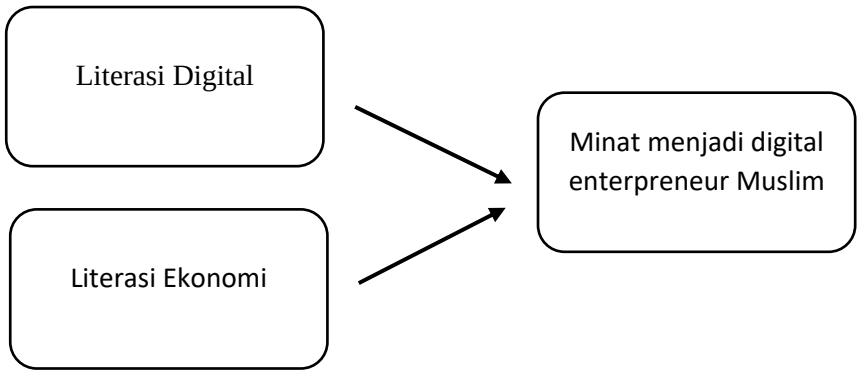
Kerangka analisis berfungsi sebagai jembatan antara variabel independen dan dependen yang akan diteliti. Seorang peneliti perlu memiliki pemahaman teori ilmiah untuk merancang kerangka pemikiran yang solid, yang pada akhirnya akan menghasilkan hipotesis. Penelitian ini menyelidiki tiga variabel utama: Literasi Digital, Literasi Ekonomi, dan

[81] "ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE SISTEM DROPSIPPING (Studi Kasus Dropshipper Shopee Mahasiswa STAI Ma ' Arif Kalirejo Lampung Tengah) RADEN INTAN LAMPUNG 1442 H / 2021 M ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM T," 2021.

Minat Mahasiswa menjadi Digital Entrepreneur. Untuk memperjelas bagaimana variabel-variabel ini saling berkaitan, model penelitiannya akan dijelaskan. Model ini secara spesifik menunjukkan Literasi Digital dan Literasi Ekonomi sebagai variabel independen yang memengaruhi Minat Mahasiswa untuk menjadi Digital Entrepreneur sebagai variabel dependen.

Literasi Digital mengacu pada kemampuan mahasiswa dalam memahami, mengakses, dan menggunakan teknologi digital secara efektif dalam konteks kewirausahaan. Literasi Ekonomi, di sisi lain, mengukur tingkat pemahaman mahasiswa tentang konsep ekonomi, yang mencakup aspek-aspek seperti pemahaman tentang kebutuhan, kelangkaan, dan prinsip-prinsip ekonomi yang mendasari keputusan finansial. Kedua variabel ini dihipotesiskan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha di ranah digital. Kerangka analisis ini akan menjadi acuan utama dalam menafsirkan data penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditentukan.

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian



E. Hipotesis Penelitian

1. Perumusan Hipotesis Pengaruh Signifikan Literasi Digital terhadap Minat Mahasiswa menjadi Digital Enterpreneur Muslim.

Secara parsial Literasi Digital memiliki pengaruh posistif terhadap minat mahasiswa menjadi digital enterpreneur. Literasi digital yang baik memungkinkan mahasiswa untuk memahami dan menggunakan teknologi untuk mengembangkan bisnis online. Semakin tinggi literasi digital seseorang, semakin besar pula minat mereka untuk memanfaatkan peluang yang ada di dunia digital.[82]

Pendapat yang sama dikemukakan oleh Ulfa Hasanah Literasi digital berperan dalam meningkatkan pengetahuan mahasiswa tentang berbagai alat dan platform digital yang dapat digunakan untuk memulai bisnis digital. Literasi ini juga meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam mengelola bisnis berbasis teknologi.[83] Selain itu Kemampuan mengakses, menggunakan, dan memahami teknologi digital mendorong mahasiswa untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan di dunia digital.

[82] Ulfah Hasanah, Refananda Dwintama Abdurahman, And Rochiyati Murniningsih, "Literasi Digital, Adversity Quotient Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa," *Prosiding University Research Colloquium*, *19*, 2024, 125–37, Https://Repository.Urecol.Org/Index.Php/Proceeding/Article/View/2786.

[83] Ponorogo And Afni, "Pengaruh Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Digital Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Humaniora , Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong."

Literasi digital membantu mereka mengenali peluang bisnis digital yang potensial dan memanfaatkannya. Penelitian Riswanti menunjukkan adanya pengaruh signifikan literasi digital terhadap minat mahasiswa menjadi digital enterpreneur. [84] Penelitian Wahyudin mengungkapkan Literasi digital memperluas wawasan mahasiswa tentang model bisnis berbasis teknologi dan mendorong mereka untuk mencoba terjun ke dalam dunia *digital entrepreneurship*. Akses informasi yang cepat dan pemahaman teknologi memicu peningkatan minat untuk berwirausaha secara digital.[85]

Penelitian-penelitian diatas dapat ditarik kesimpulan sementara untuk dijadikan hipotesis bahwa Literasi digital berperan penting dalam membentuk dan meningkatkan minat mahasiswa menjadi *digital entrepreneur*. Berdasarkan literatur yang ada, literasi digital menyediakan akses pada pengetahuan, alat, dan platform yang memungkinkan mahasiswa untuk berinovasi dan memulai bisnis berbasis teknologi.

H1: Literasi digital memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat mahasiswa menjadi *digital entrepreneur* Muslim.

[84] Riswanti Rini, "Literasi Digital Mahasiswa Dan Faktor Yang Berpengaruh.Pdf," 2022.

[85] Wahyudin Nor Vika Frassasti , Novita Weningtyas Respat, "Jurnal Akuntansi Dan Keuangan," *Journal Of Chemical Information And Modeling* 53 (2024): 160.

2. Perumusan Hipotesis Pengaruh Signifikan Literasi Ekonomi terhadap Minat Mahasiswa menjadi *Digital Enterpreneur* Muslim.

Menurut Gotama, Literasi ekonomi membantu mahasiswa memahami bagaimana prinsip-prinsip ekonomi seperti efisiensi dan pengambilan keputusan rasional dapat diterapkan dalam bisnis digital. Semakin tinggi literasi ekonomi, semakin besar minat mahasiswa untuk mengelola usaha berbasis digital. [86] Adapun pendapat dari Fadhila menyatakan, Literasi ekonomi meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang kebutuhan dan peluang pasar.

Hal ini membuat mahasiswa lebih percaya diri dan tertarik untuk memulai usaha digital yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.[87] Kemudian Pemahaman yang baik tentang ekonomi, seperti konsep kelangkaan dan pengambilan keputusan yang rasional, mendorong mahasiswa untuk melihat peluang dalam kewirausahaan digital. Dengan literasi ekonomi yang baik, mahasiswa dapat membuat keputusan bisnis yang lebih efektif dan efisien.[88] Pendapat lain mengatakan Literasi ekonomi memengaruhi bagaimana mahasiswa merencanakan dan mengelola risiko dalam bisnis digital. Pemahaman mengenai prinsip-prinsip ekonomi mendorong minat mereka untuk terlibat dalam kewirausahaan digital dengan cara yang lebih strategis dan terencana.[89]

[86] Gigih Gotama Et Al., "Pengaruh Literasi Digital Dan Literasi Impulsif Melalui Online Shop Pada Mahasiswa" 1 (2022).

[87] Fadhilah Salsabila, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Berwirausaha Sektor Kuliner Yang Terdaftar Pada Aplikasi Go Food Di Pasar Segar Kota Makassar," *Jurnal Manajemen Dan. Kewirausahaan*, 2009.

Penelitian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Literasi ekonomi membantu mahasiswa dalam memahami aspek fundamental dari pengelolaan bisnis, termasuk pengambilan keputusan rasional, pengelolaan risiko, dan pemanfaatan peluang. Literasi ekonomi yang baik mendorong minat mereka untuk memulai dan mengembangkan bisnis di dunia digital.

H2: Literasi ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat mahasiswa menjadi *digital entrepreneur* Muslim

[88] Tahir, Hasan, And Said, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa."

[89] Altri Wahida And Madrianah Madrianah, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha," *Akmen Jurnal Ilmiah* 20, No. 1 (2023): 84–93, Https://Doi.Org/10.37476/Akmen.V20i1.3757.

3. **Perumusan Hipotesis Pengaruh Signifikan Literasi Digital dan Literasi Ekonomi terhadap Minat Mahasiswa menjadi Digital Enterpreneur.**

Menurut Irawan, Kombinasi literasi digital dan ekonomi membuat mahasiswa lebih mampu beradaptasi dalam lingkungan bisnis digital yang terus berubah. Pemahaman terhadap teknologi dan prinsip ekonomi yang baik dapat meningkatkan keyakinan mereka dalam mengambil langkah menuju kewirausahaan digital.[90] Kemudian Mahasiswa yang memiliki literasi digital dan literasi ekonomi yang baik mampu mengidentifikasi peluang bisnis dalam pasar digital dan memanfaatkannya dengan cermat. Keterampilan dalam kedua aspek ini memungkinkan mereka untuk mendirikan bisnis digital yang sukses dan berkelanjutan.[91] Berdasarkan pendapat para peneliti, baik literasi digital maupun literasi ekonomi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi digital entrepreneur. Literasi digital memungkinkan mahasiswa mengakses teknologi dan memanfaatkannya untuk berbisnis, sementara literasi ekonomi membantu mereka dalam pengambilan keputusan yang rasional dan pengelolaan sumber daya secara efisien.

H3: Literasi digital dan literasi ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat mahasiswa menjadi *digital entrepreneur Muslim.*

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan aktivitas dan proses pengumpulan data. Di dalamnya akan dijelaskan metode penelitian yang digunakan, dilengkapi dengan alur penelitian yang menunjukkan langkah-langkah yang telah dan akan dilakukan. Bagan alur penelitian akan disajikan secara lengkap, dengan tahapan yang jelas mulai dari titik awal, hasil yang diharapkan, hingga indikator capaian yang terukur. Penelitian ini sendiri melibatkan dua variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat). Berikut adalah variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Variabel independen atau variabel bebas (X) adalah variabel yang lainya. Variabel independen atau variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah syariah Literasi Ekonomi (X_1) dan Literasi Digital (X_2).
2. Variabel dependen atau variabel terikat (Y) adalah variabel yang besar kecilnya tergantung pada nilai variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen atau terikat (Y) adalah minat menjadi digital enterpreneur.

[90] Edi Irawan, "Literature Review : Literasi Digital , Literasi Ekonomi , Dan Inovasi Bisnis Mempengaruhi Manajemen Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah," *Ebisman : Ebisnis Manajemen* 1, No. 4 (2023): 30–41.

[91] Alfin Akuba And Mohamad Akuba, "The Role Of Economic Literature And Digital Literature As Drivers Of Economic Recovery Of Culinary Sector Smes During The Covid-19 Pandemic In Boalemo District," *Kewirausahaan Dan Bisnis* 174, No. 2 (2022): 174–82, Http://Www.Ejournal.Pelitaindonesia.Ac.Id/Ojs32/Index.Php/Kurs/Index.

A. Desain Penelitian

Menurut Moleong, desain penelitian adalah pedoman, prosedur, dan teknik yang digunakan dalam merencanakan sebuah penelitian. Tujuannya adalah untuk membangun strategi yang menghasilkan cetak biru atau model penelitian..[92] Menurut Silaen, desain penelitian adalah rancangan menyeluruh yang mencakup semua proses yang dibutuhkan dalam perencanaan dan pelaksanaan suatu penelitian..[93] Dari uraian di atas, bisa disimpulkan bahwa desain penelitian adalah bagian fundamental yang memastikan seluruh proses penelitian, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaannya, berjalan secara sistematis dan terstruktur.

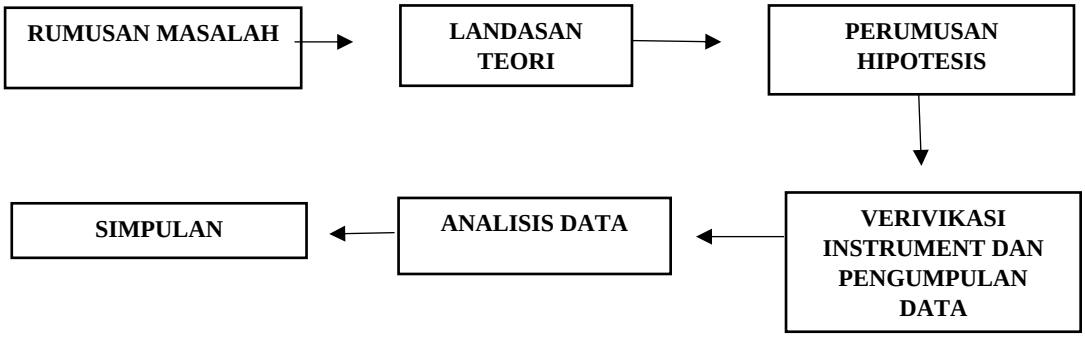
Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan pendekatan studi asosiatif kausal. Ini berarti penelitian tersebut berupaya menemukan hubungan sebab-akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya..[94] Desain penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan data empiris yang akurat. Data tersebut kemudian akan digunakan untuk mengembangkan model atau strategi relevan yang mendukung peningkatan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa pada era digital. Jadi, bisa disimpulkan bahwa metode penelitian adalah pendekatan ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan

[92] Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Penerbit Pt Remaja Rosdakarya Offset, Bandung Sudaryono. 2017*, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mix Method. Depok. Pt Raja Grafindo* (Pt Remaja Rosdakarya, Bandung., 2007). Moleong.

[93] Sofar Silaen, *Widiyono, Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi Dan Tesis*, 2013. Silaen.

[94] Meike Makagingge, Mila Karmila, And Anita Chandra, "Sosial Anak (Studi Kasus Pada Anak Usia 3-4 Tahun Di Kbi Al Madina Sampangan Tahun Ajaran 2017-2018)," 2018. [94] Makagingge, Karmila, And Chandra.

dan kegunaan spesifik.Berikut adalah ilustrasi desain penelitian ini, yang menggambarkan Pengaruh Literasi Digital dan Literasi Ekonomi terhadap Minat Mahasiswa untuk menjadi Digital Entrepreneur.



Gambar 3.1 Desain Penelitian

B. Jenis penelitian

Dalam penelitian ini, Peneliti memilih untuk menggunakan metode kuantitatif. Alasan utama adalah untuk mendapatkan gambaran yang lebih objektif dan terukur. Data kuantitatif sendiri berupa angka atau bilangan, sehingga bisa diolah dan dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika. Tujuannya adalah untuk menjawab dan mengkonfirmasi konsep serta teori yang sudah dijelaskan sebelumnya dengan fakta dan data nyata yang ditemukan di lapangan. Fokus penelitian ini adalah mengkaji pengaruh literasi digital dan literasi ekonomi terhadap minat mahasiswa untuk menjadi digital entrepreneur di Kota Metro.

C. Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian di Perguruan Tinggi Kota Metro yang berjumlah 11 Perguruan Tinggi waktu penelitian pada bulan Desember

2024 sampai dengan selesai.

D. Definisi Operasional

Variabel penelitian sebenarnya adalah kumpulan ide tentang fenomena yang akan diselidiki. Namun, variabel yang masih bersifat konsep teoritis ini belum bisa langsung diukur. Oleh karena itu, peneliti memerlukan definisi yang jelas, objektif, dan disepakati agar bisa menghasilkan indikator variabel yang konkret dan terukur.

1. Variabel Literasi Digital

Literasi digital adalah kemampuan mahasiswa untuk mengakses, memahami, dan menggunakan teknologi digital, alat-alat digital, serta platform online secara efektif dan efisien dalam mendukung kegiatan kewirausahaan. Literasi ini meliputi keterampilan teknis untuk mengoperasikan perangkat digital, pemahaman tentang penggunaan internet dan media digital, serta kemampuan untuk memanfaatkan informasi digital untuk inovasi dan pengembangan bisnis di dunia digital. Dimensi Litersi Digital dijabarankan dengan indikator seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Literasi Digital

Variabel	Konsep	Dimensi	Indikator	Skala
Literasi Digital	literasi digital melibatkan kemampuan untuk memanfaatkan teknologi digital secara kritis,	Aksesibilitas Teknologi Digital	1. Ketersediaan Perangkat Digital 2. Koneksi Internet yang	Likert Likert

	kreatif, dan etis. Dengan kata lain, literasi digital bukan hanya tentang penggunaan teknologi tetapi juga tentang bagaimana menggunakannya secara efektif untuk tujuan tertentu, seperti kewirausahaan digital.		Stabil 3. Penggunaan Platform Digital 4. Akses ke Sumber Daya dan Aplikasi Bisnis Digital[95]	Likert Likert
		Penggunaan Teknologi Digital	1. Kemampuan Mengoperasikan Perangkat Digital 2. Penggunaan Aplikasi Bisnis Digital 3. Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi 4. Kemampuan Menggunakan Alat Kolaborasi Digital[96]	Likert Likert Likert
		Pemahaman dan Manajeme	1. Kemampuan Mencari	Likert

[95] Allan Martin, "A European Framework For Digital Literacy," *Nordic Journal Of Digital Literacy* 1, No. 2 (2006): 151–61, Https://Doi.Org/10.18261/Issn1891-943x-2006-02-06.

[96] Yoram Eshet-Alkalai, "Digital Literacy: A Conceptual Framework For Survival Skills In The Digital Era," *Journal Of Educational Multimedia And Hypermedia* 13 (2004): 93–106.

		n Informasi Digital	Informasi yang Relevan 2. Kemampuan Menyaring dan Mengevaluasi Informasi 3. Pengelolaan dan Pengorganisasian Informasi Digital 4. Pemahaman Tentang Keamanan dan Privasi Informasi [97]	Likert Likert Likert
		Kreativitas Digital	1. Kemampuan Menghasilkan Konten Digital Inovatif 2. Pemanfaatan Teknologi untuk Inovasi Bisnis 3. Kemampuan Mengadaptasi Teknologi Baru 4. Kreativitas	Likert Likert Likert Likert

[97] Carolyn R Pool, "A New Digital Literacy A Conversation With Paul Gilster," *Educational Leadership* 55, No. 3 (1997): 6–11, Http://Namodemello.Com.Br/Pdf/Tendencias/Tecnolnocurric.Pdf.

			dalam Pemasaran Digital[98]	

2. Variabel Literasi Ekonomi

Literasi Literasi ekonomi merupakan kemampuan individu, khususnya mahasiswa Muslim, dalam memahami dan mengaplikasikan konsep-konsep dasar ekonomi yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Literasi ini tidak hanya mencakup aspek rasional dalam pengambilan keputusan finansial dan kegiatan ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai moral dan etika Islam seperti keadilan (‘adl), kejujuran (ṣidq), amanah, serta larangan terhadap riba, gharar, dan maysir.

Dalam konteks ini, literasi ekonomi syariah mencakup pemahaman tentang kebutuhan dan kelangkaan, motif ekonomi, prinsip ekonomi, serta aktivitas ekonomi—yang seluruhnya harus dijalankan dalam koridor halal dan maslahat. Mahasiswa yang memiliki literasi ekonomi syariah diharapkan mampu merencanakan dan menjalankan usaha digital secara efektif dengan tetap berpegang pada ajaran Islam, seperti menghindari transaksi yang merugikan, memprioritaskan keadilan, dan menjaga keberkahan dalam muamalah.

[98] David Buckingham, “Digital Media Literacies : Rethinking,” *Research In Comparative And International Education* 2, No. 1 (2007): 43–55.

Dengan demikian, literasi ekonomi dalam penelitian ini tidak hanya berorientasi pada efisiensi dan produktivitas semata, tetapi juga mengarah pada tujuan yang lebih luas, yaitu tercapainya keseimbangan antara kepentingan duniawi dan ukhrawi (falah), serta kontribusi terhadap kesejahteraan umat (maslahah).

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Literasi Ekonomi

Variabel	Konsep	Dimensi	Indikator	Skala
Literasi Ekonomi	Kemampuan individu untuk memahami dan menerapkan prinsip-prinsip ekonomi dalam kehidupan sehari-hari sesuai dengan nilai-nilai syariah, dalam pengambilan keputusan finansial dan bisnis	Pemahaman tentang Kebutuhan dan Kelangkaan	1. Kemampuan membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam konteks bisnis digital yang halal dan maslahat 2. Pemahaman terhadap kelangkaan sebagai ujian dari Allah SWT. 3. Kemampuan mengelola sumber daya secara bijak sebagai bentuk amanah. 4. Analisis Pengaruh Kebutuhan terhadap pengambilan keputusan	Likert Likert Likert Likert

			yang etis.[99]	
		Motif Ekonomi	1. Motivasi mencari keuntungan yang halal dan berkah 2. Pemahaman risiko dan imbalan dalam kerangka syariah. 3. Motivasi pribadi dan sosial berdasarkan nilai maslahat. 4. Tujuan jangka panjang yang berorientasi dunia dan akhirat.[100]	Likert Likert Likert Likert
		Prinsip Ekonomi	1. Pemahaman penawaran dan permintaan yang tidak merugikan dan adil. 2. Kesadaran akan biaya peluang yang sesuai prinsip syariah. 3. Prinsip insentif dengan memperhatikan nilai keberkahan.[101]	Likert Likert Likert Likert

[99] Achmad Soediro et al., "Literasi Ekonomi Islam Menuju Pusat Industri Halal Dunia," *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2021, https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.34.

[100] "Literasi Terhadap Ekonomi Syariah.Pdf," n.d.

[101] Salsabila, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Berwirausaha Sektor Kuliner Yang Terdaftar Pada Aplikasi Go Food Di Pasar Segar Kota Makassar."

			4. Pemahaman pengaruh kebijakan ekonomi dari perspektif maqāṣid al-syarī‘ah.	
		Kegiatan Ekonomi	1. Partisipasi dalam pasar halal dan bebas riba. 2. Pemahaman proses produksi yang sesuai syariah. 3. Pengelolaan sumber daya dengan prinsip amanah dan efisiensi. 4. Evaluasi kinerja ekonomi berdasarkan keberkahan dan keseimbangan (*tawazun*).[102]	Likert Likert Likert Likert

3. Variabel Minat menjadi Digital Enterpreneur Muslim

Minat mahasiswa menjadi digital entrepreneur dapat didefinisikan sebagai tingkat ketertarikan dan keinginan mahasiswa untuk memulai, mengelola, dan mengembangkan usaha berbasis digital. Minat ini mencakup aspek-aspek seperti motivasi untuk belajar tentang

[102] Rojoki Manullang and Waspada, "Peran Self Efficacy Dalam Memoderasi Pengaruh Digital Literacy Terhadap Entrepreneurial Intention."

kewirausahaan digital, keinginan untuk berinovasi dalam penggunaan teknologi, dan niat untuk mengambil risiko dalam memulai usaha di dunia digital.

Dalam perspektif teori *self-efficacy* yang dikemukakan oleh Albert Bandura (1997), minat seseorang terhadap suatu aktivitas, termasuk berwirausaha secara digital, sangat dipengaruhi oleh sejauh mana keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya untuk melakukan tindakan tersebut secara efektif. Mahasiswa yang memiliki *self-efficacy* tinggi akan merasa lebih mampu menghadapi tantangan dunia usaha digital, lebih percaya diri dalam mencoba hal-hal baru, serta lebih termotivasi untuk memanfaatkan teknologi dalam menciptakan peluang bisnis. Oleh karena itu, kepercayaan diri dalam kemampuan diri (*self-efficacy*) menjadi landasan penting dalam mendorong minat mahasiswa menjadi digital entrepreneur.

Tabel 3.3
Operasionalisasi Minat menjadi Digital Enterpreneur

Variabel	Konsep	Dimensi	Indikator	Skala
Minat menjadi Digital Enterpreneur	fenomena kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Dengan memahami konsep ini, institusi pendidikan, pemerintah, dan pemangku	Ketertarikan	1. Keinginan untuk Mempelajari Kewirausahaan Digital 2. Partisipasi dalam Komunitas Kewirausahaan 3. Keterlibatan dalam Proyek Digital	Likert Likert Likert Likert

	kepentingan lainnya dapat merancang program dan kebijakan yang mendukung pengembangan kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa.		4. Minat untuk Berinovasi dalam Produk atau Layanan[103]	
		Keinginan	1. Niat untuk Memulai Usaha Digital 2. Antusiasme dalam Mengikuti Pelatihan Kewirausahaan 3. Rasa Percaya Diri dalam Menjalankan Usaha Digital 4. Minat dalam Mengembangkan Keterampilan Kewirausahaan[104]	Likert Likert Likert Likert
		Motivasi	1. Motivasi untuk Mencapai Kemandirian Finansial 2. Keinginan untuk Mewujudkan Ide Kreatif 3. Dorongan untuk Belajar	Likert Likert Likert

[103] Axtell And Doyne Farmer.

[104] Ni'matus Solikha, Yudithia Dian Putra, And Nur Anisa, "Pengaruh Persepsi Mahasiswa Paud Pada Mata Kuliah Edupreneurship Terhadap Minat Berwirausaha Di Era Digital," *Jurnal Basicedu* 8, No. 3 (2024): 2196–2208, Https://Doi.Org/10.31004/Basicedu.V8i3.7697.

			dan Berkembang 4. Inspirasi dari Pengusaha Sukses[105]	Likert

Operasionalisasi variabel minat menjadi digital entrepreneur pada penelitian ini didasarkan pada tiga dimensi utama: ketertarikan, keinginan, dan motivasi. Ketiga dimensi tersebut sangat dipengaruhi oleh konsep self-efficacy menurut Bandura (1997), yang menekankan bahwa keyakinan terhadap kemampuan diri sangat menentukan sejauh mana seseorang memiliki minat, mengambil inisiatif, dan bertahan dalam menghadapi tantangan kewirausahaan.

E. Metode Pengumpulan Sampel

1. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan jumlah keseluruhan elemen yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa di Perguruan Tinggi Kota Metro sebanyak

Tabel 4.1
Populasi dan Sampel Mahasiswa di Kota Metro.

No	Nama Perguruan Tinggi	Jumlah Mahasiswa
1	INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI METRO	5.443
2	UNIVERSITAS MUHAMADIYAH METRO	2.241
3	INSTITUT AGAMA ISLAM AGUS SALIM METRO	1.097
4	INSTITUT AGAMA ISLAM MAARIF NU METRO LAMPUNG	2.236

[105] Universitas Nusa Putra, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha: Sebuah Studi Literatur," *Conference Series* 1, No. 1 (2022): 96–107.

5	SEKOLAH TINGGI KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN KUMALA METRO LAMPUNG	367
6	UNIVERSITAS LAMPUNG KAMPUS B FKIP UNILA	-
7	STKIP ROSALIA LAMPUNG METRO	96
8	AKBID WIRA BUANA	-
9	UNIVERSITAS DHARMA WACANA	327
10	POLTEKES KEMENKES	-
11	STKIP PGRI METRO	349
JUMLAH		**12.156**

Dari 12.156 data yang tercatat yang akan diambil sampelnya sebanyak 10%, sehingga peneliti menghitung besarnya sampel dengan rumus berikut, pada objek penelitian Mahasiswa di Kota Metro dengan judul Pengaruh Literasi Digital dan Literasi Keuangan terhadap Minat

$$n = \frac{N}{N(d^{2}) + 1}$$

Keterangan:
N = Jumlah Populasi
n = Jumlah Sampel yang digunakan
d = (1-tk. ketepatan)

$$n = \frac{12156}{12156\ (0.1^{2}) + 1}$$

$$n = \frac{12156}{121{,}56 + 1} = 99{,}18 \text{ atau } 100$$

mahasiswa menjadi Digital Enterpreneur Muslim menurut Marzuki (1995) mengunkan rumus slovin. Dengan demikian jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden.

2 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengandalkan data primer. Data primer, menurut Creswell, adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber pertama yaitu individu yang memberikan informasi atau subjek penelitian itu sendiri..[106] Penelitian ini akan menggunakan sumber data primer dalam pengumpulan datanya. Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner berbasis Google Form. Langkah awal yang dilakukan peneliti adalah melakukan kunjungan langsung ke beberapa perguruan tinggi di Kota Metro yang menjadi lokasi penelitian. Dalam kunjungan tersebut, peneliti melakukan pendekatan kepada mahasiswa secara langsung untuk menyampaikan maksud dan tujuan penelitian, serta meminta kesediaan mereka untuk menjadi responden.

Instrumen kuesioner yang dibagikan memuat data mengenai 16 indikator dari variabel Literasi Digital, 16 indikator dari variabel Literasi Ekonomi dan 12 indikator dari variabel minat Mahasiswa menjadi Digital Enterpreneur. Setiap indikator diukur dengan skala Likert lima poin yang menggambarkan tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diajukan. Proses pengumpulan data dilaksanakan selama lebih dari satu bulan, yaitu sejak bulan Maret 2025 hingga bulan April 2025. Dalam

[106] Creswell, *Risearch Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed, Yogyakarta: Gadjah Mada University.*, 2014.

periode tersebut, peneliti melakukan pencarian responden secara langsung selama dua hari dalam setiap minggu. Pendekatan secara langsung ini bertujuan untuk memastikan bahwa responden yang dipilih benar-benar sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan dan memahami maksud dari penelitian yang dilakukan. Kemudian peneliti menutup akses Google Form sehingga Formulir tersebut dirancang untuk memastikan semua pertanyaan terjawab oleh responden. Jika ada bagian yang terlewat atau tidak lengkap, formulir akan secara otomatis mengarahkan responden kembali ke halaman tersebut untuk melengkapinya. Setelah semua pertanyaan terisi dengan benar, akses untuk menjawab akan tertutup secara otomatis.

F.Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan Untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan dalam proposal, analisis data ini menggunakan metode statistik karena data yang dikumpulkan bersifat kuantitatif. Menurut Soerjono, metode analisis statistik terdiri dari:

1. **Analisis deskriptif**

Analisis statistik deskriptif adalah metode yang dipakai untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data yang sudah terkumpul apa adanya. Tujuannya bukan untuk menarik kesimpulan yang berlaku umum atau

melakukan generalisasi. Analisis ini hanya menyajikan data dasar dalam bentuk deskripsi, tanpa mencari hubungan antarvariabel, menguji hipotesis, membuat ramalan, atau menarik kesimpulan yang lebih luas..[107] Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Literasi Digital dan Literasi Ekonomi terhadap minat mahasiswa menjadi digital entrepreneur, dengan bantuan IBM SPSS 23 for Windows. Analisis statistik deskriptifnya berfungsi untuk mengukur nilai kecenderungan data dari hasil penelitian. Ini dilakukan dengan menjabarkan data variabel penelitian, seperti mean (rata-rata), median (nilai tengah), range (jangkauan), dan standar deviasi. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert.

Dalam buku Soegiyono, skala rikert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena seseorang.[108] Dalam skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa petanyaan-pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang berupa kata-kata pada tabel berikut :

Tabel 4.2 Alternatif Jawaban Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai

[107] Clara Yosani, "Teknik Analisis Kuantitatif," *Makalah Teknik Analisis Ii*, 2006, 1–7.
[108] Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D", (Bandung: Alfabeta, Cv,), H. 158," 2017.

	Bila Positif	Bila Negatif
SS (Sangat Setuju)	5	1
S (Setuju)	4	2
KS (Kerang Setuju)	3	3
TS (Tidak Setuju)	2	4
STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Instrumen yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk checklist atapun pulihan ganda.

2. **Uji Instrumen Penelitian**

Semua instrumen (baik yang tes maupun non tes) harus memiliki dua syarat yaitu Valid dan reliabel. Valid berarti instrumen secara akurat mengukur objek yang harus diukur. Reliabel berarti hasil pengukuran konsisten dari waktu ke waktu. Untuk memperoleh instrument yang valid dan reliable adalah dengan melakukan ujicoba di lapangan sebelum menyebarkan instrument kepada responden.[109]

Menurut Sugiyono uji coba instrumen dilakukan untuk menguji alat ukur yang digunakan apakah valid dan reliabel. Karena dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Oleh karena itu, dalam penelitian ini uji coba angket perlu dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas isi dari angket tersebut. Selain itu uji coba juga dimaksudkan untuk mengetahui

[109] M.Pd Hamni Fadlilah Nasution, "Instrumen Penelitian Dan Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif," *News.Ge* 4, No. 1 (20189): Https://News.Ge/Anakliis-Porti-Aris-Qveynis-Momava.

apakah terdapat item-item pertanyaan yang mengandung jawaban yang kurang objektif, kurang jelas ataupun membingungkan.

a). Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu alat uikur tes dalam kuesioner. menurut Sugiyono validitas merupakan suatu derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.[110] Pada penelitian ini uji validitas instrument dilakukan dengan cara membandingkan indeks korelasi product moment pearson dengan level of significant 5% terhadap nilai korelasinya. Apabila nilai signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 maka dinyatakan valid dan sebaliknya dinyatakan tidak valid.[111]

b). Uji Realibilitas

Menurut Khairinal, Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih berulang kali hasilnya tetap sama disebut reliabel. Sedangkan Menurut Sugiyono Hasil penelitian yang reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda.

[110] Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, Dan R&D", (Bandung: Alfabeta, Cv,), H. 202," 2017.

[111] Roberta Heale And Alison Twycross, "Validity And Reliability In Quantitative Studies," *Evidence-Based Nursing* 18, No. 3 (2015): 66–67, Https://Doi.Org/10.1136/Eb-2015-102129.

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen tersebut konsisten apabila digunakan untuk mengukur gejala yang sama di lain tempat. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pendekatan yang digunakan untuk uji reliabilitas di dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Alpha Cronbach. Apabila nilai Alpha Cronbach > 0.70 maka dapat dikatakan instrumen dikatakan reliabel.[112] Arikunto menambahkan reliabilitas menunjukkan suatu pengertian bahwa suratu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alatt pengumpulan data karena intrumen tersebut sudah baik.[113]

Uji reliabilitas ini diperuntukkan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah melewati uji validitas. Tujuan pengujian validitas dan reliabilitas adalah untuk menyakinkan bahwa kuesioner yang kita susun akan benar-benar baik dalam mengukur gejala dan menghasilkan data yang valid. Penggunaan pengujian reliabilitas adalah untuk menilai

[112] Heale And Twycross.

[113] Arikunto Suharmi, "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik," *Jakarta: Rineka Cipta*, 2012, 172.

konsistensi pada objek dan data. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan bantuan IBM *SPSS 23 for windows*. Indeks pengukuran reliabilitas angket menurut Khairinal yaitu:

1. Jika alpha > 0.90 maka reliabilitas sempurna.
2. Jika alpha antar 0.70-0.90 maka reliabilitas tinggi.
3. Jika alpha 0.50-0.70 maka reliabilitas moderat.
4. Jika alpha < 0.50 maka reliabilitas rendah.
5. Jika alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

c). Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Autokorekasi ini timbul pada data yang bersifat *time series*. Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Waston (D-W), dengan tingkat kepercayaan 5%.

3. **Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan atau tidak bias dan konsisten.

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebad. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai variance inflation factor (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Apabila nilai tolerance value lebih tinggi dari pada 0,10 atau VIF lebih kecil daripada 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.[114]

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi

[114] Singgih Santoso, "Spss Mengolah Data Statistik Secara Profesional, Edisi Ke-2, Pt," *Elex Media Komputindo Gramedia Jakarta. Jakarta*, 2000.

heteroskedastisitas. Untuk menguji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan IBM *SPSS 23 for windows.*

Dasar pengambilan keputusan heteroskedastisitas menurut Sugiono adalah:

1). Jika ada pola tertetu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

2). Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Menurut Sugiyono kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, meyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Didalam penelitian ini alat teknik analsis data yang digunakan adalah sebagai berikut analisis statistik deskriptif.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas yang paling sederhana adalah membuat grafik distribusi frekuensi atas skor yang ada. Mengingat kesederhanaan tersebut, maka pengujian kenormalan data sangat tergantung pada kemampuan mata dalam mencermati plotting data. Jika jumlah data cukup banyak dan penyebarannya tidak 100% normal (tidak normal sempurna), maka kesimpulan yang ditarik berkemungkinan salah.[115] Uji normalitas diperlukan untuk melihat data dalam penelitian dapat dinyatakan normal atau tidak normal sedangkan yang dikehendaki adalah data normal. Uji normalitas suatu uji yang digunakan untuk mengetahui apakah data dari setiap variabel yang akan di analisis berdistribusi normal.

Pada penelititan ini pengujian normalitas digunakan untuk menguji Literasi Digital sebagai X_1 dan Literasi Ekonomi sebagai X_2 dan Minat menjadi digital enterpreneur sebagai Y, Untuk mengetahui tiap variabel normal atau tidak, rumus yang digunakan dalam uji normalitas ini yaitu rumus *kolmogorov smirnov* dengan aplikasi IBM *SPSS 23 for windows* Data dikatakan normal jika nilainya > 0,05 maka data terdistribusi normal dan sebaliknya.

4. Teknik Analisis Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Regresi linear berganda untuk

[115] Agus Irianto, "Statistik: Konsep Dasar, Aplikasi, Dan Pengembangannya. (Jakarta: Kencana.2010).Hal.22," N.D.

meramalkan pengaruh dua variabel atau lebih terhadap satu variabel atau untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional antara dua buah variabel bebas atau lebih dengan sebuah variabel terikat.

Pengujian asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar bebas dari adanya gejala heteroskedastisitas, gejala multikolinearitas, gejala autokorelasi dan data berdistribusi normal. Model regresi akan dapat dijadikan alat estimasi yang tidak bias jika telah memenuhi persyaratan BLUE (Best Linear Unbiased Estimator) yakni tidak terdapat heteroskedastisitas, tidak terdapat multikolinearitas, tidak terdapat autokorelasi dan distribusi normal.[116] Jika terdapat heteroskedastisitas, maka varian tidak konstan sehingga dapat menyebabkan biasnya standar error. Jika terdapat multikolinearitas, maka akan sulit untuk mengisolasi pengaruh-pengaruh individual dari variabel, sehingga tingkat signifikansi koefisien regresi menjadi rendah. Dengan adanya autokorelasi mengakibatkan penaksir masih tetap bias dan masih tetap konsisten hanya saja menjadi tidak efisien. Oleh karena itu, uji asumsi klasik perlu dilakukan. Pengujian-pengujian yang dilakukan yaitu sebagai berikut

a. **Uji Linearitas**

[116] S.W.M. Sudrajat, "Mengenal Ekonometrika Pemula, (Bandung: Cv. Armco, 1988), Hal. 164," 1988.

Uji linearitas berfungsi untuk memeriksa apakah semua variabel independen (X) dalam model memiliki hubungan kausal atau korelasional yang linier (lurus) dengan variabel dependen (Y). Uji ini merupakan persyaratan penting dalam analisis regresi linier. Secara umum, tujuan uji linearitas adalah untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan linier yang signifikan. Korelasi yang ideal seharusnya menunjukkan adanya hubungan linier antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Uji linearitas adalah asumsi atau syarat yang harus dipenuhi sebelum melakukan analisis regresi linier berganda. Pengujian linearitas ini dapat dilakukan menggunakan IBM SPSS 23 for Windows.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah sebagai berikut:

1. Membandingkan Nilai Signifikansi (Sig.) dengan 0,05 (5%)
    a. Jika nilai Deviation from Linearity Sig. > 0,05 maka ada hubungan yang linier secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.
    b. Jika nilai Deviation from Linearity Sig.< 0,05 maka tidak ada hubungan yang linier secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependen.
2. Membandingkan Nilai F_{hitung} dengan F_{tabel}

a. Jika nilai Fhitung < Ftabel maka ada hubungan yang linier secara signifikan anatar variabel independent dengan variabel dependent.
b. Jika nilai Fhitung > Ftabel maka tidak ada hubungan yang linier secara signifikan anatar variabel independent dengan variabel dependent

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel indipenden (X_1, X_2, X_3,...Xn) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini berfungsi untuk memprediksi nilai variabel dependen saat variabel independen mengalami perubahan, baik kenaikan maupun penurunan. Selain itu, analisis ini juga membantu menentukan arah hubungan antara setiap variabel independen dengan variabel dependen, apakah hubungannya positif atau negatif.

Persamaan matematisnya dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel dependen

A : Bilangan Konstanta

b_1 : Koefiesen Regresi pertama

b_2 : Koefisien Regresi kedua

X1 : Variabel independent pertama

X2 : Variabel independent kedua

a. Uji Hipotesis Statistik

Menurut Sugiyono, hipotesis adalah jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dan dependen, apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen.[117] Oleh karena itu, hipotesis ini perlu diuji. Hipotesis penelitian yang telah dirumuskan di Bab II adalah sebagai berikut:

H1 : Literasi digital memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat mahasiswa menjadi *digital entrepreneur* Muslim.

H2 : Literasi ekonomi memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat mahasiswa menjadi digital entrepreneur.

H3 : Literasi digital dan literasi ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat mahasiswa menjadi *digital entrepreneur Muslim.*

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji statistik T menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara terpisah (parsial) dalam menjelaskan variasi

[117] Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D", (Bandung: Alfabeta, CV,), h. 158."

pada variabel dependen..[118] Langkah- langkah pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis (Ha)

2) Menentukan tingkat siginifikansi (α) sebesar 0,05.

3) Membandingkan t hitung dengan t tabel.

Jika t hitung lebih besar dari t tabel maka Ha diterima. Berarti bahwa variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen.

Rumus t hitung pada analisis regresi adalah sebagai berikut:

$$\textbf{T hitung} = \frac{\textit{Standar Deviasi}}{\textit{Koefisiensi Regresi}}$$

4) Berdasarkan probabilitas Ha akan diterima jika nilai probabilitasnya kurang dari 0,05 (α).

5) Menentukan variabel independen mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel dependen. Hubungan ini dapat dilihat dari koefisien regresinya.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji F simultan digunakan untuk menentukan apakah variabel independen Literasi Digital dan Literasi Ekonomi secara

[118] Suparyanto Dan Rosad, "Manajemen Pemasaran Suparyanto Dan Rosad (2015, 5.3 (2020), 248–53," 2015.

bersama-sama memengaruhi variabel dependen Minat menjadi Digital Entrepreneur. Dalam penelitian ini, uji F dihitung menggunakan IBM SPSS 23 for Windows. Jika F hitung > F tabel dengan taraf signifikansi 5% (0,05), maka H_0 ditolak dan Ha diterima. Ini berarti variabel bebas dalam model regresi mampu menjelaskan variabel terikat secara bersama-sama. Sebaliknya, jika F hitung < F tabel dengan taraf signifikansi 5% (0,05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas dalam model regresi linier berganda tidak mampu menjelaskan variabel terikatnya.

d.Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yang dinyatakan dalam persentase. Pengujian ini dilakukan menggunakan IBM SPSS 23 for Windows. Nilai R^2 yang kecil mengindikasikan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, semakin tinggi nilai R^2, semakin baik kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen (Supriyadi, 2014).Secara keseluruhan, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi gabungan dari

variabel Literasi Digital dan Literasi Ekonomi terhadap Minat Mahasiswa menjadi Digital Entrepreneur.

BAB IV

PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN LITERASI EKONOMI SYARIAH TERHADAP MINAT MAHASISWA MENJADI DIGITAL ENTERPRENEUR MUSLIM

E. Gambaran Objek Penelitian

Kota Metro, sebuah kota mandiri di Provinsi Lampung, telah lama dikenal sebagai Kota Pendidikan di wilayah selatan Sumatera. Julukan ini

karena Kota Metro memiliki konsentrasi institusi pendidikan tinggi yang luar biasa, menarik ribuan mahasiswa dari berbagai penjuru Lampung dan bahkan luar provinsi. Lokasi strategis Metro yang relatif dekat dengan ibu kota provinsi, Bandar Lampung, serta infrastruktur yang terus berkembang, menjadikannya pusat aktivitas ekonomi dan sosial yang signifikan.

Secara geografis, Kota Metro terletak di bagian tengah Provinsi Lampung, dikelilingi oleh Kabupaten Lampung Tengah dan Lampung Timur. Meskipun tidak memiliki garis pantai atau sumber daya alam tambang yang melimpah, Metro mengandalkan sektor jasa, perdagangan, dan pendidikan sebagai roda penggerak ekonominya. Topografi yang datar dan tata kota yang relatif terencana, warisan dari era kolonial Belanda sebagai kota perkebunan, menciptakan lingkungan yang kondusif untuk aktivitas akademik dan komersial skala menengah.

Populasi Kota Metro, berdasarkan data terbaru, menunjukkan komposisi yang beragam. Mayoritas penduduk adalah suku Jawa, yang merupakan transmigran dari pulau Jawa, berdampingan dengan suku Lampung sebagai penduduk asli, serta suku-suku lain seperti Sunda, Batak, dan Minangkabau. Keragaman etnis ini turut memperkaya dinamika sosial dan budaya kota. Mayoritas penduduk memeluk agama Islam, menjadikan Kota Metro sebagai lingkungan yang sangat relevan untuk penelitian yang melibatkan aspek "Muslim" dalam kewirausahaan.

Keberadaan pondok pesantren, masjid-masjid besar, dan lembaga-lembaga keagamaan turut membentuk atmosfer religius yang kuat.

Keberadaan 11 perguruan tinggi yang menjadi obyek penelitian ini adalah bukti konkret dari kepadatan institusi pendidikan di Metro. Ini mencakup universitas negeri, institut agama Islam, politeknik, serta berbagai sekolah tinggi swasta dengan fokus keilmuan yang beragam. Konsentrasi ini jarang ditemukan di kota seukuran Metro di Indonesia. Setiap tahun ajaran baru, ribuan mahasiswa dari berbagai daerah membanjiri Metro. Arus urbanisasi ini tidak hanya meningkatkan jumlah penduduk, tetapi juga mendorong pertumbuhan sektor kos-kosan, rumah makan, toko buku, dan layanan pendukung mahasiswa lainnya. Hal ini menciptakan ekosistem ekonomi mikro yang dinamis di sekitar kampus.

Pemerintah daerah dan yayasan swasta terus berinvestasi dalam pembangunan dan pengembangan fasilitas pendidikan. Gedung-gedung perkuliahan modern, perpustakaan yang representatif, dan laboratorium yang memadai menjadi daya tarik tersendiri bagi calon mahasiswa. Masyarakat Metro secara umum memiliki kesadaran tinggi akan pentingnya pendidikan. Ini tercermin dari sikap ramah terhadap mahasiswa pendatang, ketersediaan berbagai bimbingan belajar, dan inisiatif komunitas yang mendukung kegiatan akademik dan non-akademik mahasiswa. Konsentrasi perguruan tinggi juga membuka peluang kolaborasi lintas institusi, baik dalam penelitian, pengabdian

masyarakat, maupun pengembangan program bersama. Lingkungan ini sangat kondusif untuk pengembangan literasi digital dan ekonomi melalui berbagai program intra dan ekstra kurikuler.

Dengan banyaknya perguruan tinggi dan mahasiswa, Metro menyediakan populasi yang cukup besar dan representatif untuk mengamati fenomena literasi digital dan ekonomi. Keberagaman institusi juga memungkinkan penelitian ini menangkap variasi dalam tingkat literasi tersebut. Meskipun bukan kota metropolitan besar, Metro memiliki geliat ekonomi yang cukup untuk menopang usaha-usaha kecil dan menengah. Mahasiswa, dengan ide-ide segar mereka, dapat menemukan pasar lokal yang potensial untuk produk atau layanan digital mereka.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi Kota Metro. Obyek penelitian ini berfokus pada mahasiswa dari 11 perguruan tinggi di Kota Metro, dengan melibatkan total 100 responden yang dipilih secara acak. Perguruan tinggi yang dipilih adalah Institut Agama Islam Negri Metro, Universitas Muhamadiyah Metro, Institut Agama Islam Agus Salim Metro, Universitas Maarif Nu Lampung, Sekolah Tinggi Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Kumala Metro Lampung, Universitas Dharma Wacana, STKIP PGRI Metro, Akbid Wira Buana Metro, Stkip Rosalia Lampung Metro, Politeknik Kemenkes dan Universitas Lampung Kampus B Fkip Unila.

F. HASIL PENELITIAN

Dari hasil pengumpulan data dengan kuesioner yang disebar menggunkan google formulir didapatkan responden sebanyak 100 orang, responden adalah mahasiswa yang berada di perguruan tinggi Kota Metro yaitu, mahasiswa IAIN Metro, mahasiswa UM Metro, mahasiswa Institut Agama Islam Agus Salim Metro, mahasiswa Universitas Maarif Nu Lampung, mahasiswa Sekolah Tinggi Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Kumala Metro Lampung, mahasiswa Universitas Dharma Wacana, mahasiswa STKIP PGRI Metro, mahasiswa Akbid Wira Buana Metro, 7mahasiswa STO Rosalia Lampung Metro, mahasiswa Politeknik Kemenkes dan mahasiswa Universitas Lampung Kampus B Fkip Unila.

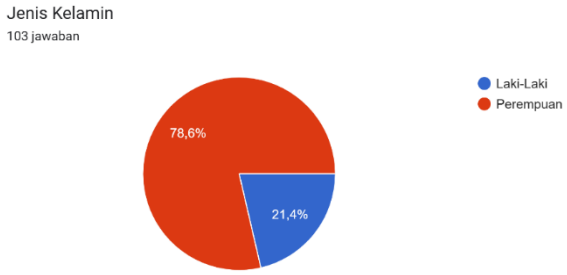
Masing-masing kelompok responden yang tersebar di beberapa perguruan tinggi akan dijadikan satu sampel penelitian menggunakan metode stratified random sampling dengan pengambilan sampel probabilitas di mana peneliti membagi seluruh populasi menjadi subkelompok homogen yang berbeda, Kemudian, sampel acak dipilih dari setiap strata. sehingga diperoleh data kuesioner kembali. Responden dikategorikan berdasarkan beberapa kelompok jenis kelamin, asal perguruan tinggi, pengalaman berorganisasi kewirausahaan dan pengalaman berwirausaha.

1. **Profil Responden**

   Dalam penelitian ini, 81 responden (78,6%) adalah perempuan, sedangkan 22 responden (21,4%) adalah laki-laki. Ini menunjukkan bahwa partisipasi perempuan lebih dominan.

Namun, secara keseluruhan, komposisi responden laki-laki dan perempuan dapat dianggap mendekati seimbang.

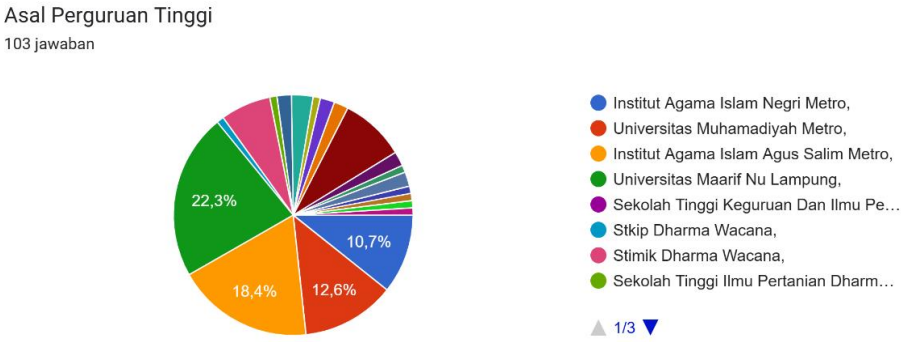
Gambar 3.1



Berdasarkan kelompok perguruan tinggi, mayoritas responden berasal dari Universitas Ma'arif NU Lampung dengan jumlah mahasiswa sebanyak 23 orang atau 22,3% dari total responden. Kelompok responden dari Institut Agama Islam Agus Salim juga memiliki proporsi yang signifikan, yaitu sebanyak 18,4% atau 19 mahasiswa. Selanjutnya, Universitas Muhammadiyah Metro menyumbang 13 mahasiswa atau 12,6% responden. Jumlah responden dari Institut Agama Islam Negri Metro tercatat sebanyak 11 mahasiswa (10,7%). Sementara itu, kelompok responden dari STKIP Rosalia Lampung Metro, Akbid Wirabuana Metro, POLITEKNIK KEMENKES, STKIP PGRI Metro dan STKIP Kumala Metro Lampung masing-masing berjumlah sama, yaitu 3 mahasiswa (1,9%). responden yang berasal dari Universitas Dharma Wacana, yaitu 13

mahasiswa dan responden yang berasal dari Universitas Lampung Kampus B FKIP yaitu 9 mahasiswa atau 8,7%.

Gambar 3.2



Berdasarkan partisipasi dalam organisasi kewirausahaan Sebanyak 65 mahasiswa (63,1%) menyatakan tidak pernah menjadi anggota organisasi kewirausahaan, sementara 38 mahasiswa (36,9%) menyatakan pernah memiliki pengalaman tersebut. Jumlah mahasiswa yang pernah terlibat dalam organisasi kewirausahaan menunjukkan adanya minat dan potensi di kalangan mahasiswa meskipun belum menjadi mayoritas.

Gambar 3.3

Berdasarkan pengalaman berwirausaha, Sebanyak 75 mahasiswa (72,8%) menyatakan memiliki pengalaman dalam berwirausaha, sementara 28 mahasiswa (27,2%) menyatakan tidak pernah memiliki pengalaman tersebut. (Lihat Gambar 4.4)

2. Hasil Analisis Statistik

2.1 Uji Kuisioner

Instrumen penelitian ini terlebih dahulu diuji coba kepada 30 orang responden yang bukan merupakan sampel penelitian utama. Uji coba dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen layak digunakan dengan memenuhi syarat validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validasi

Uji validitas dilakukan pada setiap pertanyaan yang dilakukan dengan cara menghitung korelasi person produk antara skor item dan skor total. Hasil uji validitas angket diolah menggunakan program IBM SPSS Statistics 23 for windows adalah sebagai berikut:

Tabel 5.1 Hasil Uji Valditas
Variabel Literasi Digital

No	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	r-tabel	Sig. (2-tailed)	Sig	Keputusan

1	Akses dan Penggunaan Teknologi Digital					
	Indikator 1	**0,402**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
	Indokator 2	**0,398**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
2	Pemahaman Teknologi Digital					
	Indikator 1	**0,524**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
	Indokator 2	**0,595**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
3	Kreativitas dalam Penggunaan Teknologi Digital					
	Indikator 1	**0,630**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
	Indokator 2	**0,634**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
4	Kolaborasi dan Komunikasi Digital					
	Indikator 1	**0,720**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
	Indokator 2	**0,699**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
5	Keamanan dan Etika dalam Dunia Digital					
	Indikator 1	**0,691**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
	Indokator 2	**0,603**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
6	Kemampuan Adaptasi terhadap Teknologi Baru					
	Indikator 1	**0,666**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
	Indokator 2	**0,588**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**

Sumber: data diolah (2025)

Seluruh indikator memiliki nilai Corrected Item-Total Correlation yang lebih besar dari nilai r-tabel (0,195). Ini menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki korelasi positif dan signifikan dengan konstruk variabel Minat

Berwirausaha secara keseluruhan. Kemudian seluruh indikator memiliki nilai signifikansi (Sig. (2-tailed)) yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan (0,05). Ini menunjukkan bahwa korelasi antara setiap indikator dengan konstruk variabel Minat Berwirausaha adalah signifikan secara statistik. Dengan demikian semua butir pernyataan angket Minat Berwirausaha adalah valid.

Tabel 5.2 Hasil Uji Valditas

Variabel Literasi Ekonomi

No	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	r-tabel	Sig. (2-tailed)	Sig	Keputusan
1	Pemahaman tentang Kebutuhan dan Keinginan					
	Indikator 1	**0,563**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
	Indokator 2	**0,492**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
2	Kelangkaan dan Pilihan					
	Indikator 1	**0,491**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
	Indokator 2	**0,594**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
3	Motif Ekonomi					
	Indikator 1	**0,689**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
	Indokator 2	**0,736**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
4	Prinsip Ekonomi					
	Indikator 1	**0,785**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
	Indokator 2	**0,698**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**

5	Kegiatan Ekonomi					
	Indikator 1	**0,697**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
	Indokator 2	**0,677**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
	Indikator 3	**0,670**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**

Seluruh indikator memiliki nilai Corrected Item-Total Correlation yang lebih besar dari nilai r-tabel (0,195). Ini menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki korelasi positif dan signifikan dengan konstruk variabel Minat Berwirausaha secara keseluruhan. Kemudian seluruh indikator memiliki nilai signifikansi (Sig. (2-tailed)) yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan (0,05). Ini menunjukkan bahwa korelasi antara setiap indikator dengan konstruk variabel Minat Berwirausaha adalah signifikan secara statistik. Dengan demikian semua butir pernyataan angket Minat Berwirausaha adalah valid.

Tabel 5.3 Hasil Uji Validitas

Variabel Minat Berwirausaha Digital

No	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	r-tabel	Sig. (2-tailed)	Sig	Keputusan
1	Kepribadian					
	Indikator 1	**0,510**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
	Indokator 2	**0,621**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
	Indikator 3	**0,599**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
	Indikator 4	**0,553**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
	Indikator 5	**0,495**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
2	Lingkungan Keluarga					
	Indikator 1	**0,572**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
	Indokator 2	**0,470**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
	Indikator 3	**0,570**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
3	Motivasi					
	Indikator 1	**0,538**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
	Indokator 2	**0,681**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
	Indikator 3	**0,606**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**
	Indikator 4	**0,606**	**0,195**	**0,000**	**0,05**	**Valid**

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung Cronbach's Alpha untuk setiap instrumen dalam variabel. Berikut adalah hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel:

Tabel 5.4

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Digital	0,836	Reliabel
Literasi Ekonomi	0,861	Reliabel
Minat Berwirausaha	0,803	Reliabel

Sumber: data diolah (2025)

Hasil pengujian reliabilitas terhadap semua variabel dengan Cronbach's Alpha sebagaimana terlihat pada tabel menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,6. Oleh karena itu dapat ditentukan bahwa semua instrumen penelitian ini adalah reliabel.

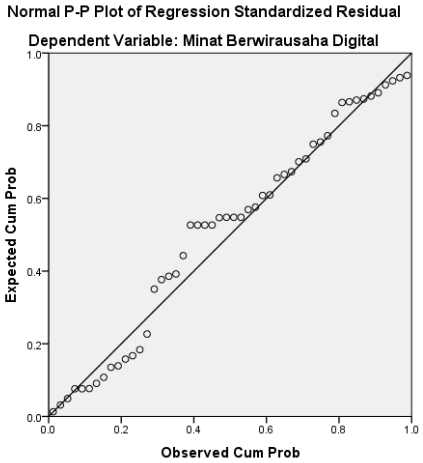
c. Uji Asumsi Klasik

1). Uji Normalitas

Uji Uji normalitas dilakukan untuk memastikan apakah nilai residual memiliki distribusi normal. Kriteria pengambilan keputusannya adalah, Jika nilai signifikansi > 0,05, residual berdistribusi normal dan jika nilai signifikansi < 0,05, residual tidak berdistribusi normal. Secara visual, data dikatakan terdistribusi normal jika titik-titik data menyebar di sekitar dan mengikuti arah garis diagonal pada plot. Sebaliknya, jika

titik-titik data menyebar menjauh atau tidak mengikuti garis diagonal, maka data tidak terdistribusi normal.

Gambar 4.1



Hasil dari penyebaran titik pada Grafik Normal P-Plot of Regression Standardized Residual digunakan untuk menilai normalitas distribusi data. Jika titik-titik data menyebar mendekati atau sedikit menjauhi garis lurus (diagonal), itu berarti data berdistribusi normal. Berdasarkan grafik yang ada, penyebaran titik-titik menunjukkan pola tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk memahami pola pengaruh variabel bebas dalam model regresi berganda. Regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana variabel bebas seperti literasi digital dan literasi ekonomi memengaruhi minat mahasiswa menjadi digital enterpreneur muslim. Analisis regresi ini

menghasilkan koefisien yang menunjukkan arah hubungan sebab-akibat antara variabel bebas dan terikat. Adanya autokorelasi akan bertentangan dengan salah satu asumsi dasar regresi berganda, yaitu tidak adanya korelasi antar error term. Jika autokorelasi terdeteksi, koefisien korelasi yang diperoleh bisa jadi kurang akurat.

Ringkasan hasil pengujian menggunakan metode Durbin-Watson disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 5.4 Hasil Uji Autokolinearitas

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.596[a]	.355	.342	3.619	1.746

Sumber: data diolah (2025)

Berdasarkan tabel dw test untuk observasi (n) sebanyak 100, variabel independen (k) sebanyak 2 variabel, nilai durbin- watson dengan α = 5% diperoleh nilai dl 1,6337 dan du 1,7152. Maka du < dw < 4-du adalah 1.6337<1.746<2,2848 berarti dapat dikatakan data sudah lolos dalam uji autokerelasi dikarenakan nilai durbin waston berada diantara nilai DU dan 4- DU. Sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat gejala autokorelasi pada data di atas.

d. Uji Multikolinearitas

Dalam penelitian multikolinearitas dalam penelitian ini bertujuan untuk memeriksa apakah ada korelasi antarvariabel bebas dalam model regresi. Tidak ada gejala multikolinearitas jika nilai VIF (Variance Inflation Factor) < 10 dan nilai

tolerance > 0,1. Berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS 23, nilai tolerance untuk variabel Literasi Digital dan Literasi Ekonomi keduanya adalah 0,573. Karena nilai ini lebih besar dari 0,1, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas dari multikolinearitas. Sementara itu, nilai VIF untuk Literasi Digital dan Literasi Ekonomi masing-masing adalah 1,744. Karena kedua nilai VIF ini kurang dari 10, dapat dinyatakan bahwa kedua variabel independen juga bebas dari multikolinearitas. Dengan demikian, angka-angka ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari masalah multikolinearitas. Untuk detail lebih lanjut, hasil perhitungan uji multikolinearitas disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 5.5 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Literasi Digital	0,573	1,744	Bebas Multikolinearitas
Literasi Ekonomi	0,573	1,744	Bebas Multikolinearitas

e. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memeriksa apakah varians residual dalam model regresi tidak sama antar pengamatan. Untuk mendeteksi adanya gejala ini, digunakan uji Glejser, yaitu dengan meregresikan variabel bebas terhadap nilai absolut residual. Menurut Sugiyono, jika nilai signifikansi dari uji Glejser lebih dari 5%, maka dapat disimpulkan tidak ada masalah

heteroskedastisitas..[119] Perhitungan nilai signifikansi penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Literasi Digital	0,064	Bebas Heteroskedastisitas
Literasi Ekonomi	0,123	Bebas Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil yang ditunjukan dalam tabel tersebut nampak bahwa semua variabel bebas menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat di simpulkan bahwa semua variabel bebas tersebut bebas dari masalah heteroskedastisitas.

3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Anslisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Literasi Digital dan Literasi Ekonomi terhadap minat mahasiswa menjadi digital enterpreneur muslim. Hasil pengolahan data dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23 pada computer mendpatkan hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 20{,}483 - 0{,}091X_1 + 0{,}711X_2$$

[119] Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D", (Bandung: Alfabeta, CV,), h. 158."

Untuk menginterpretasi hasil dari persamaan regresi linier berganda tersebut, dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Konstanta sebesar 20,483 dengan parameter positif menunjukkan bahwa apabila tidak ada literasi digital dan literasi ekonomi maka seharusnya juga tidak akan meningkatkan minat mahasiswa menjadi digital enterpreneur
2) Nilai koefisien regresi X1 yaitu variabel literasi digital menunjukkan koefisien yang bernilai negatif sebesar 0,091, dengan demikian dapat diketahui bahwa lierasi digital menurun maka minat mahasiswa menjadi digital enterpreneur meningkat, begitu sebaliknya.
3) Nilai koefisien regresi X2 yaitu variabel literasi ekonomi menunjukkan koefisien yang bernilai positif sebesar 0,711 dengan demikian dapat diketahui bahwa literasi ekonomi meningkatkan minat mahasiswa menjadi digital enterpreneur. Hal ini berarti apabila terjadi kenaikan pada variabel literasi ekonomi sebesar 1% maka akan menyebabkan kenaikan pada minat mahasiswa menjadai digital enterprenuer sebesar 0,711.

4. Hasil Pengujian Hipotesis

a. Uji T (Uji Parsial)

Uji t berfungsi untuk menilai pengaruh setiap variabel bebas (independen) terhadap variabel tidak bebas (dependen) secara individual. Hasil analisis uji t disajikan pada tabel berikut:

Tabel 5.7 Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.483	4.451		4.602	.000
	Literasi Digital	-.091	.112	-.087	-.812	.419
	Literasi Ekonomi	.711	.118	.649	6.030	.000

Dari tabel 5.7 kita dapat melihat bahwa, variabel literasi digital, didapati nilai t hitung sebesar -812, yang lebih kecil dari t tabel 1,984. Sementara itu, nilai signifikansi adalah 0,419. Berdasarkan ketentuan pengambilan keputusan hipotesis, di mana hipotesis diterima jika nilai signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 (≤0,05), hasil penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi 0,419. Karena 0,419 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis (H1) yang menyatakan "literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi digital entrepreneur" secara statistik **tidak dapat diterima.**

Pada variabel literasi ekonomi, nilai t hitung adalah 6,030, yang jauh lebih besar dari t tabel 1,984. Selain itu, nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan hipotesis—di mana hipotesis diterima jika nilai signifikansi ≤ 0,05—maka dengan nilai signifikansi 0,000 (< 0,05), dapat disimpulkan bahwa Hipotesis (H5) yang menyatakan "literasi

ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi digital entrepreneur" adalah **diterima.**

b. Uji F (Uji Simultan)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi, dengan variabel dependen dan independennya, memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik. Hal ini dinilai dari koefisien determinasi dan nilai statistik F.

Secara spesifik, Uji F di sini digunakan untuk melihat apakah literasi digital dan literasi ekonomi secara bersama-sama (simultan) memengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi digital entrepreneur. Hasil perhitungannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.8 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	699.581	2	349.791	26.708	.000[b]
	Residual	1270.379	97	13.097		
	Total	1969.960	99			

Dari tabel bedasarkan hasil perhitungan dengan menggunkan program SPSS 23, dapat diketahui bahwa Fhitung > Ftabel yaitu 26.708 > 3,94 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 pada tingkat nilai signifikansi < 0,05. Hal ini berarti variabel literasi digital dan literasi ekonomi secara

bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel minat mahasiswa menjadi digital enterpreneur.

c. Koefisien Determinasi (R2)

Hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) menunjukkan kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Berdasarkan uji regresi linier berganda, model penelitian yang menggunakan variabel debt to equity ratio menghasilkan nilai R^2 sebesar 0,818 atau 81,8%. Ini berarti bahwa literasi digital dan literasi ekonomi secara simultan memengaruhi minat mahasiswa menjadi digital entrepreneur sebesar 81,8%. Sisa 18,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Untuk detail lebih lanjut, hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel berikut:

5. Analisis Faktor Minat Berwirausaha Digital

a. Uji Asusmsi Analisis Faktor Minat Berwirausaha Digital

1). Uji Barlett (Bartleet's Test of Sphericity) dan Kaiser-Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy Tahap Pada tahap ini, korelasi antar variabel akan diuji

Tabel 5.9 Hasil Uji R2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.904[a]	.818	.814	1.267

menggunakan Uji Barlett (Bartlett's Test of Sphericity) dan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy (MSA). Kedua uji ini penting untuk menilai apakah variabel-variabel tersebut layak dianalisis dengan analisis faktor. Dalam analisis faktor, Uji Barlett bertujuan untuk menguji korelasi antarvariabel. Hasil yang diharapkan adalah korelasi yang tinggi antarvariabel. Ini terpenuhi jika nilai Barlett hitung lebih besar dari nilai Barlett tabel, atau nilai p (signifikansi) kurang dari α=0,05. Jika kondisi ini terpenuhi, berarti ada korelasi tinggi antarvariabel, dan proses analisis dapat dilanjutkan.

Tabel 5.10

Hasil Uji KMO dan Bartleet's Test of Sphericity

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.583
Bartlett's Test of Sphericity	*Approx. Chi-Square*	96.679
	df	3
	Sig.	.000

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa nilai Kaiser- Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy adalah 0.583 >0.50 artinya data cukup (middding) untuk analisis faktor dan *nilai Bartlett's Test of Sphericity* (Sig.) 0.000 < 0.05 artinya matrik korelasi cocok untuk

analisis faktor, maka asumsi pertama sudah terpenuhi, sehingga analisis faktor dapat di proses lebih lanjut.

2). Uji MSA *(Measure of Sampling Adequancy*)

Uji MSA *(Measure of Sampling Adequacy)* digunakan untuk mengetahui apakah variabel sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut atau variabel mana saja yang harus dikeluarkan karena tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut. Nilai ini dapat dilihat pada nilai anti-image correlation.

Tabel 5.11 *Anti-Image Matrices*

Variabel	***Measure of Sampling Adequancy***
Literasi Digital	**.597[a]**
Literasi Ekonomi	**.552[a]**

Berdasarkan Tabel dapat diketahui bahwa dari kedua variabel yang dianalisis memiliki nilai *Measure of Sampling Adequacy (MSA*) >0.5 artinya nilai tersebut lebih dari 0,5 maka semua variabel layak untuk dilakukan analisis faktor.

b. Uji Analisis Faktor Minat Berwirausaha Digital

Setelah variabel ditentukan dan dipilih serta perhitungan korelasinya telah memenuhi asumsi atau persyaratan untuk dilakukan analisis, langkah selanjutnya adalah membentuk faktor untuk menemukan struktur yang

mendasari hubungan antar variabel awal tersebut. Metode yang digunakan dalam pembentukan faktor adalah metode *Principal Components Analysis* (PCA). Dua langkah utama dalam pembentukan faktor adalah penentuan jumlah faktor dan rotasi faktor-faktor yang terbentuk.

1). *Communalities*

Beisarnya hubungan antara faktor-faktor yang teirbeintuk deingan variabel-variabel asal dapat dilihat dari nilai-nilai komunalitasnya (*communalitieis*). Komunalitas pada dasarnya adalah jumlah variansi dari suatu variabeil yang bisa dijeilaskan oleih faktor yang ada. Variabeil dianggap mampu meinjeilaskan faktor jika nilai *Extraction* leibih besar dari 0,50. Jumlah variabeil yang akan diekstraksi teirlihat pada tabeil konstribusi variabeil hasil *Extraction.*

Tabel 5.12 *Communalities*

Variabel	Initial	Extraction
Literasi Digital	1.000	.644
Literasi Ekonomi	1.000	.839

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa nilai extraction pada nilai Communalities > 0.50. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semua

dimensi yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk menjelaskan faktor.

2). Penentuan Jumlah Faktor

Jumlah faktor yang akan dibentuk ditentukan dengan melakukan kombinasi beberapa kriteria untuk mendapatkan jumlah faktor yang paling sesuai dengan data penelitian. Untuk melihat jumlah faktor yang dibentuk dilihat pada tabel total variance explained berikut:

Tabel 5.13 Total Variance Explained

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.066	68.850	68.850	2.066	68.850	68.850
2	.666	22.184	91.034			
3	.269	8.966	100.000			

Tabel total *Variance Explained* menunjukan nilai masing-masing variable yang dianalisis. Dalam penelitian ini ada 3 vawiabel berarti ada 3 komponen yang dianalisis. Ada 2 macam analisis untuk mnejelaskan suatu varian, yaitu *Initial Eigenvalues* dan *Extraction Sums of Squared Loadings.* Pada varian *Initial Eigenvalues* menunjukan factor yang terbentuk. Apabila semua factor dijumlahkan menunjukan jumlah variable yaitu (2,066+0,666+0,269= 3 variabel). Sedangkan pada bagian *Extraction Sums of Squared Loadings*

menunjukan jumlah variasi atau banyaknya factor yang terbentuk, pada hasil output diatas ada 1 faktor, yaitu 2,066.

Berdasarkan Tabel diatas *Initial Eigenvalues*, maka ada satu faktor yang dapat terbentuk dari 3 variabeld yang dianalisis. Dimana syarat untuk menjadi sebuah faktor, nilai dari Initial Eigenvalues harus lebih dari 1 (satu). Nilai component 1 sebesar 2,066 maka akan menjadi faktor 1 dan mampu menjelaskan 68,850% variasi. Sedangkan nilai total komponen 2 hingga komponen 3 tidak dihitung dikarenakan *Initial Eigenvalues* kurang dari 1, maka tidak dapat menjadi faktor.

c. Pemberian Nama Literasi Ekonomi

Faktor terdiri dari dua variabel meliputi: Literasi Digital dan Literasi Ekonomi. Dalam memberikan nama faktor harus dapat mewakili nama indikator yang membentuk faktor tersebut atau cara kedua dalam memberikan nama faktor berdasarkan indikator yang memiliki nilai *factor loading* tertinggi yang akan kita leihat pada tabel dibawah.

Tabel 5.14

Component Matrix[a]

	Component
	1
Literasi Digital	.803

Literasi Ekonomi	.916

Pada tabel component matrixa terlihat bahwa Literasi Ekonomi memiliki nilai *factor loading* tertinggi yaitu 0.916 atau lebih besar dari nilai Literasi Digital. Jadi penulis berpendapat bahwa nama yang tepat digunakan pada faktor adalah literasi ekonomi. Hal ini didukung oleh penelitian dari Tiara Rahma Tanjung Sari dan Waspodo Tjipto Subroto yang menyatakan bahwa literasi ekonomi memengaruhi minat berwirausaha secara positif dan signifikan.[120] Menurut Edi Irawan menyatakan bahwa kesuksesan awal dari para pelaku usaha mikro kecil menengah yaitu mengetahui dasar dari literasi ekonomi dalam membaca kebutuhan permintaan konsumen.[121] Berdasarkan uraian diatas penulis berpendapat bahwa literasi ekonomi dapat menjadi faktor utama yang mempengaruhi seseorang untuk menjadi digital enterpreneur.

G. PEMBAHASAN

[120] Tiara Rahma Tanjung Sari and Waspodo Tjipto Subroto, "Pengaruh Literasi Ekonomi, e-Commerce, Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa," *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 8, no. 2 (2023): 149–61, https://doi.org/10.21067/jrpe.v8i2.8792.

[121] Irawan, "Literature Review : Literasi Digital , Literasi Ekonomi , Dan Inovasi Bisnis Mempengaruhi Manajemen Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah."

1. Pengaruh Hubungan Literasi Digital terhadap minat mahasiswa menjadi Digital Enterpreneur

Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa literasi digital tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi *digital entrepreneur*. Hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa "literasi digital memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat mahasiswa menjadi *digital entrepreneur* muslim" tidak dapat diterima secara statistik. Artinya, secara parsial, literasi digital tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa di Kota Metro untuk terjun ke dalam dunia kewirausahaan digital.

Hal ini sesuai dengan penelitian Mugiono yang mengatakan bahwa literasi digital berpengaruh negatif terhadap minat berwirausaha. Menurutnya penguasaan teknologi digital yang tidak dibarengi dengan kemampuan berpikir kritis, kreativitas, dan keberanian mengambil risiko justru dapat menimbulkan ketergantungan pada teknologi tanpa orientasi kewirausahaan yang jelas. Mahasiswa yang hanya menggunakan teknologi untuk konsumsi informasi atau hiburan cenderung tidak terdorong untuk memanfaatkannya sebagai sarana produktif seperti membangun bisnis digital. Akibatnya, alih-alih menumbuhkan minat berwirausaha, literasi digital yang bersifat pasif dan konsumtif dapat menghambat berkembangnya semangat entrepreneurial, khususnya

dalam konteks kewirausahaan digital berbasis nilai Islam.[122] Demikian pula dengan pendapat Hidayati dalam penelitiannya mengatakan bahwa Literasi Digital tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha di Jambi.[123] Hal ini juga didukung dengan pendapat Afni dalam penelitiannya mengatakan bahwa literasi digital tidak otomatis meningkatkan minat berwirausaha, karena banyak mahasiswa yang belum memiliki sikap mental wirausaha meski paham teknologi. Mahasiswa cenderung menggunakan teknologi untuk konsumsi, bukan produksi. Tanpa dibarengi pelatihan kewirausahaan dan pembentukan karakter, penguasaan digital tidak efektif mendorong niat bisnis.[124]

Pendapat ini juga senada dengan penelitian yang dilakukan Darmanto yang mengemukakan bahwa banyak mahasiswa memiliki akses digital yang tinggi, namun belum memiliki mindset atau sikap wirausaha yang mendukung. Kesadaran untuk menjadikan teknologi

[122] Mugiono Mugiono et al., "The Effect of Digital Literacy and Entrepreneurship Education Towards Online Entrepreneurship Intention Through Online Business Learning and Creativity At Marketing Department in Batang Regency," *Journal of Economic Education* 10, no. 1 (2021): 21–27, https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec/article/view/41304.

[123] Hidayati, Besse Wediawati, and Novita Sari, "Pengaruh Literasi Kewirausahaan Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Dibidang Start-Up (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Kosentrasi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi)," *Jurnal Dinamika Manajemen* 11, no. 1 (2023): 38–45, https://mail.online-journal.unja.ac.id/jmbp/article/view/26502%0Ahttps://mail.online-journal.unja.ac.id/jmbp/article/download/26502/15924.

[124] Ponorogo and Afni, "Pengaruh Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Digital Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Humaniora , Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong."

sebagai alat produktif masih rendah, sehingga tingkat literasi digital tinggi tidak berbanding lurus dengan minat berwirausaha. [125]

Berdasarkan beberapa pendapat yang telah dikemukakan sebelumnya, penulis berpendapat bahwa literasi digital literasi digital belum dapat dianggap sebagai faktor penentu utama dalam membentuk minat mahasiswa untuk menjadi digital entrepreneur, khususnya dalam konteks mahasiswa Muslim di Kota Metro. Literasi digital yang dimiliki oleh mahasiswa cenderung bersifat kognitif dan teknis, terbatas pada penggunaan perangkat digital dan aplikasi populer, namun belum sampai pada tahap pemanfaatan teknologi secara produktif dan strategis untuk membangun usaha digital. engan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan bahwa literasi digital perlu diperkuat dengan pelatihan kewirausahaan, pembentukan mindset entrepreneur, dan internalisasi nilai-nilai keislaman, agar dapat mendorong minat mahasiswa Muslim menjadi digital entrepreneur secara signifikan.

2.Pengaruh Hubungan Literasi Ekonomi terhadap minat mahasiswa menjadi Digital Enterpreneur Muslim

Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi *digital entrepreneur* Muslim. Hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan

[125] Andryo Darmanto, Putri Vina Sefaverdiana, and Miftah Rakhmadian, "Pengaruh Literasi Ekonomi, Literasi Digital Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa," *ECODUCATION Economics & Education Journal* 6, no. 2 (2024): 171–85, http://ejurnal.budiutomomalang.ac.id/index.php/ecoducation.

bahwa "literasi ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat mahasiswa menjadi *digital entrepreneur* Muslim" diterima. Artinya, secara parsial, semakin tinggi tingkat literasi ekonomi mahasiswa di Kota Metro, semakin besar pula minat mereka untuk terjun ke dalam dunia kewirausahaan digital dengan tetap memperhatikan prinsip-prinsip kehalalan.

Hal ini sesuai dengan pendapat Wahyuni yang mengemukakan bahwa literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap digital entrepreneurship intention mahasiswa program studi Ekonomi syariah, karena mahasiswa yang memiliki pemahaman ekonomi yang baik cenderung lebih siap dan termotivasi untuk memulai bisnis digital.[126] Sejalan dengan penelitian sebelumnya, Darmanto mengatakan bahwa literasi ekonomi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, sedangkan literasi digital tidak berpengaruh signifikan, Ini sangat konsisten dengan hasil penelitian bahwa literasi ekonomi membuka kesiapan dan efikasi diri mahasiswa untuk terjun dalam dunia entrepreneurship digital.[127] Hal ini selaras dengan penelitian Sastri yang menyatakan bahwa mahasiswa dengan literasi ekonomi yang tinggi

[126] cici sri Wahyuni, "Pengaruh Literasi Ekonomi, Literasi Digital Dan Adversity Quotient Terhadap Digital Enterpreneurship Intetion Mahasiswa," 2025.

[127] Darmanto, Sefaverdiana, and Rakhmadian, "Pengaruh Literasi Ekonomi, Literasi Digital Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa."

memiliki kemampuan lebih baik dalam menyusun perencanaan bisnis dan menilai kelayakan usaha digital, sehingga minat mereka lebih kuat.[128]

Penelitian Meylinda mendukung bahwa literasi ekonomi mempengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha karena mendorong kesadaran akan peluang, pengelolaan modal, serta risiko yang sesuai dengan prinsip syariah dan mahasiswa dengan literasi ekonomi yang baik lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan usaha dan cenderung berorientasi pada keberlanjutan usaha yang halal dan bermanfaat.[129] Hal ini juga didukung dengan pendapat Herman yang mengatakan bahwa literasi ekonomi merupakan salah satu faktor dominan yang mendorong mahasiswa menjadi entrepreneur di sektor digital, karena mereka lebih siap membuat perencanaan bisnis, memahami strategi pasar, dan mengambil keputusan yang tepat dan minat berwirausaha tidak hanya ditentukan oleh akses teknologi, tetapi juga oleh pemahaman ekonomi yang kuat yang menjadi dasar pengambilan keputusan.[130] Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan-temuan terdahulu yang menyatakan bahwa

[128] Haliza Sastri, Nuraini Asriati, and Husni Syahrudin, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan," *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)* 11, no. 7 (2022): 676, https://doi.org/10.26418/jppk.v11i7.56389.

[129] Meylinda Rachmona Zulatsari and Yoyok Soesatyo, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2015," *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 6, no. 3 (2018): 157–60.

[130] HERMAN PHILIPS DOLONSEDA, ALLEN A CH MANONGKO, and I KADEK SATRIA ARSANA, "Analisis Dampak Literasi Ekonomi Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Berwirausaha: Sebuah Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi," *SOCIAL : Jurnal Inovasi Pendidikan IPS* 4, no. 4 (2024): 495–506, https://doi.org/10.51878/social.v4i4.3581.

literasi ekonomi memiliki peran yang signifikan dalam menumbuhkan minat mahasiswa Muslim untuk menjadi digital entrepreneur. Literasi ekonomi yang tinggi memungkinkan mahasiswa tidak hanya memahami pasar, modal, dan keuntungan, tetapi juga mampu menyeimbangkan aspek spiritual dan etika dalam menjalankan usaha digital yang halal dan berkelanjutan.

3.Analisi Pengaruh Hubungan Literasi Digital atau Literasi Ekonomi terhadap minat mahasiswa menjadi Digital Enterpreneur Muslim

Uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 (< 0,05), yang berarti bahwa literasi digital dan literasi ekonomi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi *digital entrepreneur* Muslim. Meskipun pengaruh individual literasi digital tidak signifikan, secara kolektif dengan literasi ekonomi, keduanya mampu menjelaskan variasi dalam minat berwirausaha digital.

Nilai R^2 sebesar 0,818 atau 81,8% menunjukkan bahwa sekitar 81,8% variasi dalam minat mahasiswa menjadi *digital entrepreneur* Muslim dapat dijelaskan oleh variasi dalam literasi digital dan literasi ekonomi secara bersama-sama. Sisanya (18,2%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji t, literasi ekonomi secara signifikan mempengaruhi minat mahasiswa menjadi *digital entrepreneur* Muslim (t = 6,030, p < 0,001, Beta = 0,649), menjadikannya faktor dominan. apat disimpulkan bahwa literasi ekonomi merupakan faktor yang lebih

dominan dan signifikan dalam mempengaruhi minat mahasiswa menjadi *digital entrepreneur* Muslim dibandingkan dengan literasi digital. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung dan koefisien Beta yang jauh lebih besar serta tingkat signifikansi yang sangat rendah untuk literasi ekonomi, mengindikasikan pengaruh positif dan kuat secara statistik. Sementara itu, literasi digital tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan, bahkan cenderung negatif meskipun lemah. Temuan ini menggarisbawahi bahwa pemahaman prinsip ekonomi, pengelolaan keuangan, dan analisis pasar memiliki peran yang lebih krusial dalam menumbuhkan minat berwirausaha digital dengan prinsip halal di kalangan mahasiswa dibandingkan dengan sekadar kemampuan menggunakan teknologi digital.

Minat mahasiswa untuk menjadi digital entrepreneur Muslim tidak semata-mata didorong oleh motif ekonomi konvensional, melainkan juga dijiwai oleh prinsip-prinsip ekonomi syariah yang menekankan keadilan, kemaslahatan, dan keberkahan. Menurut Firda, Seorang digital entrepreneur Muslim berupaya membangun usaha yang transparan, menghindari praktik riba, gharar, dan maysir dalam transaksi daring.[131] Senada dengan hal ini, Etika bisnis Islam menjadi landasan penting dalam setiap aktivitas ekonomi Muslim. Minat ini juga tercermin dalam keinginan untuk menyediakan produk atau layanan

[131] Firda Zulfa, "Pemikiran Ekonomi Islam Adiwarman Azwar Karim."

digital yang bermanfaat dan sesuai dengan nilai-nilai Islam, sejalan dengan konsep maslahah.[132] Dengan demikian, minat menjadi digital entrepreneur Muslim didorong oleh motivasi spiritual dan etis, selain potensi keuntungan materi, yang membedakannya dari wirausaha digital konvensional.

Minat menjadi digital entrepreneur di kalangan Muslim semakin meningkat seiring dengan perkembangan teknologi digital yang pesat. Menurut Anim Hal ini tidak terlepas dari potensi besar yang dimiliki oleh ekonomi digital dalam meningkatkan kesejahteraan dan mengurangi kemiskinan.[133]Dalam perspektif ekonomi syariah, digital entrepreneurship dapat menjadi salah satu cara untuk mencapai tujuan ekonomi syariah, yaitu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengurangi kesenjangan ekonomi.

Ekonomi syariah menekankan pentingnya etika dan moral dalam berbisnis. Chaptar berpendapat bahwa digital entrepreneur Muslim harus memahami dan mengamalkan prinsip-prinsip ekonomi syariah, seperti transparansi, keadilan, dan tanggung jawab.[134] Dengan demikian, digital entrepreneur Muslim dapat membangun kepercayaan dengan pelanggan dan meningkatkan reputasi bisnisnya. Salah satu

[132] M Umer Chapra, "Vision of Development in the Light of Maqāsid Al-Sharī ' Ah," no. January 2008 (2008), https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4188.5047.

[133] Samuel Anim-Yeboah et al., "Digital Entrepreneurship in Business Enterprises: A Systematic Review," *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)* 12066 LNCS, no. April (2020): 192–203, https://doi.org/10.1007/978-3-030-44999-5_16.

[134] Chapra, "Vision of Development in the Light of Maqāsid Al-Sharī ' Ah."

faktor yang mempengaruhi minat menjadi digital entrepreneur Muslim adalah pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi digital. Penelitian yang dilakukan oleh Baldan, menunjukkan bahwa pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menjadi digital entrepreneur.[135] Oleh karena itu, pendidikan dan pelatihan tentang teknologi digital sangat penting untuk meningkatkan minat menjadi digital entrepreneur Muslim.

Selain itu, Menurut Khairil faktor agama juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi minat menjadi digital entrepreneur Muslim. Penelitian yang dilakukan oleh Khairil menunjukkan bahwa nilai-nilai agama Islam memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi digital entrepreneur.[136] Digital entrepreneur Muslim yang memiliki komitmen agama yang kuat cenderung memiliki motivasi yang lebih tinggi untuk membangun bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

Digital entrepreneurship dalam persepektif ekonomi syariah juga dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan

[135] Najimul Baldan, Agus Hermawan, and Makaryanawati, "The Influence of Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Skills on Entrepreneurial Intentions through the Internship Program as an Intervening Variable for Vocational School Students in Banyuwangi Regency," *Formosa Journal of Multidisciplinary Research* 3, no. 1 (2024): 105–34, https://doi.org/10.55927/fjmr.v3i1.7632.

[136] Khairil Insan Bintang, Kurjono Kurjono, and Aminu Umar, "The Influence of Islamic Values on Social Entrepreneurial Intentions, Mediation of Entrepreneurial Attitudes, Bandung Muslim Community," *Jurnal Kajian Peradaban Islam* 6, no. 2 (2023): 115–21, https://doi.org/10.47076/jkpis.v6i2.222.

masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Widia menunjukkan bahwa digital entrepreneurship dapat meningkatkan pendapatan dan mengurangi kemiskinan di negara-negara berkembang.[137] Oleh karena itu, pemerintah dan lembaga terkait perlu mendukung pengembangan digital entrepreneurship di kalangan Muslim. Digital entrepreneur Muslim juga perlu memahami tentang manajemen risiko dalam berbisnis. Penelitian yang dilakukan oleh Syafii menunjukkan bahwa manajemen risiko yang efektif dapat membantu digital entrepreneur Muslim mengurangi kerugian dan meningkatkan keuntungan.[138] Oleh karena itu, digital entrepreneur Muslim perlu memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola risiko.

Digital entrepreneur Muslim juga perlu memperhatikan aspek hukum dan regulasi. Penelitian yang dilakukan oleh Akram menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap hukum dan regulasi yang berlaku dapat membantu digital entrepreneur Muslim menghindari masalah hukum dan meningkatkan reputasi bisnisnya.[139] Selain itu, digital entrepreneur Muslim juga perlu memperhatikan aspek

[137] Tanti Widia Nurdiani et al., "The Application of Ushul Al-Fiqh (Principles of Islamic Jurisprudence) in Sharia Economics: Theoretical Review," *Journal.Islamicateinstitute.Co.Id* 1, no. 02 (2023): 72–80, http://journal.islamicateinstitute.co.id/index.php/joes/article/view/851.

[138] Muhammad Syafii Antonio, Sugiyarti Fatma Laela, and Thuba Jazil, "Abu Zahrah'S Maqasid Sharia Model As a Performance Measurement System," *Jurnal Akuntansi Multiparadigma* 11, no. 3 (2020): 519–41, https://doi.org/10.21776/ub.jamal.2020.11.3.30.

[139] Mohamad Akram Laldin and Fares Djafri, "Islamic Finance in The Digital World: Opportunities and Challenges (Kewangan Islam Dalam Dunia Digital: Peluang Dan Cabaran)," *Journal of Islam in Asia (E-ISSN 2289-8077)* 16, no. 3 (2019): 283–99, https://doi.org/10.31436/jia.v16i3.853.

pemasaran dan promosi dalam mengembangkan bisnis digital. Penelitian yang dilakukan oleh Lan Lennie menunjukkan bahwa pemasaran dan promosi yang efektif dapat membantu digital entrepreneur Muslim meningkatkan kesadaran dan minat pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.[140]

Aspek keuangan dan pembiayaan juga diperlukan dalam mengembangkan bisnis digital yang perlu diperhatikan oleh digital entrepreneur Muslim. Penelitian yang dilakukan oleh Khoiriyah menunjukkan bahwa akses terhadap pembiayaan yang memadai dapat membantu digital entrepreneur Muslim meningkatkan skala bisnis dan meningkatkan pendapatan.[141] Dalam kesimpulan, minat menjadi digital entrepreneur Muslim dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi digital, nilai-nilai agama Islam, dan dukungan pemerintah dan lembaga terkait. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital entrepreneur Muslim serta mendukung pengembangan digital entrepreneurship di kalangan Muslim.

[140] Ian Lennie, "Managing Management," *Beyond Management,* 2012, 43–57, https://doi.org/10.4135/9781446218952.n3.

[141] Eva Zunia Khoiriyah and Ahmad Ajib Ridlwan, "Religiosity and Islamic Entrepreneurial Intention : The Mediating Role of Islamic Entrepreneurial Motivation in Muslim Students" 8, no. 1 (2025): 73–90.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulam

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh literasi digital dan literasi ekonomi terhadap minat mahasiswa menjadi *digital entrepreneur* Muslim di Kota Metro, dapat disimpulkan bahwa:

1. Literasi digital secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi *digital entrepreneur* Muslim, hal ini dikarenakan literasi digital mahasiswa lebih banyak digunakan dalam aktivitas sehari-hari, seperti penggunaan media sosial, komunikasi, dan hiburan, bukan diarahkan pada pengembangan usaha berbasis digital. Dengan demikian, literasi digital mahasiswa masih bersifat konsumtif dibandingkan produktif dalam konteks kewirausahaan.
2. Literasi ekonomi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi *digital entrepreneur* Muslim, Hal ini dikarenakan literasi ekonomi memberikan pemahaman yang mendasar mengenai konsep kebutuhan dan kelangkaan, prinsip efisiensi, perhitungan risiko, serta pengelolaan sumber daya yang sangat penting dalam menjalankan usaha.

3. Literasi digital dan literasi ekonomi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi *digital entrepreneur* Muslim.

B. KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dipertimbangkan dalam menginterpretasikan hasilnya:

1. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa di Kota Metro. Jumlah sampel ini mungkin belum sepenuhnya mencerminkan keragaman populasi mahasiswa di seluruh Kota Metro yang memiliki potensi minat dalam *digital entrepreneurship* Muslim.
2. Objek penelitian difokuskan pada mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Kota Metro. Meskipun melibatkan beberapa institusi, penelitian ini belum secara mendalam mengeksplorasi perbedaan minat dan pengaruh literasi digital serta ekonomi antar program studi atau tingkatan pendidikan yang berbeda.
3. Pengukuran literasi digital dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan indikator-indikator tertentu. Validitas dan reliabilitas pengukuran ini telah diuji, namun interpretasi literasi digital dapat bervariasi dan mungkin tidak sepenuhnya mencakup semua aspek keterampilan dan pemahaman digital yang relevan untuk *digital entrepreneurship*.

4. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Pendekatan ini memberikan gambaran umum tentang pengaruh literasi digital dan ekonomi terhadap minat, namun tidak mendalami alasan atau motivasi yang mendasari minat tersebut secara kualitatif.

C. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang telah diidentifikasi, beberapa saran dapat diajukan sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya:

   Dalam penelitian selanjutnya, disarankan untuk melibatkan jumlah responden yang lebih besar dan lebih beragam dari berbagai latar belakang program studi dan tingkatan pendidikan di Kota Metro. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan data yang lebih representatif dan meningkatkan generalisasi temuan terkait pengaruh literasi digital dan ekonomi terhadap minat digital entrepreneurship Muslim.

   Penelitian mendatang dapat mempertimbangkan penggunaan metode penelitian campuran (kombinasi kuantitatif dan kualitatif) untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai motivasi, persepsi, dan pengalaman mahasiswa terkait minat mereka dalam digital entrepreneurship

Muslim serta bagaimana literasi digital dan ekonomi berperan dalam hal ini.

Disarankan untuk mengeksplorasi variabel-variabel lain yang mungkin memengaruhi minat mahasiswa menjadi digital entrepreneur Muslim, seperti motivasi berwirausaha, dukungan sosial, lingkungan keluarga, pengetahuan agama tentang bisnis, dan akses ke sumber daya serta mentor kewirausahaan digital.

Penelitian longitudinal atau studi perbandingan antar kelompok (misalnya, mahasiswa dengan tingkat literasi digital dan ekonomi yang berbeda) dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang perkembangan minat digital entrepreneurship dari waktu ke waktu.

2. Bagi Institusi Pendidikan Tinggi:

   Institusi pendidikan tinggi di Kota Metro dapat mempertimbangkan untuk mengintegrasikan kurikulum yang lebih komprehensif mengenai digital entrepreneurship dan ekonomi syariah, serta bagaimana keduanya dapat disinergikan.

   Program-program pelatihan dan lokakarya yang berfokus pada pengembangan keterampilan digital yang spesifik untuk bisnis dan pemahaman prinsip-prinsip ekonomi syariah dapat ditingkatkan.

   Perlu adanya upaya untuk meningkatkan kesadaran dan motivasi mahasiswa terhadap potensi digital entrepreneurship Muslim

melalui kegiatan-kegiatan seperti seminar, talkshow dengan entrepreneur sukses, dan kompetisi bisnis digital yang berlandaskan prinsip syariah.

Institusi dapat memfasilitasi pembentukan komunitas atau inkubator bisnis digital yang berorientasi pada nilai-nilai Islam, yang dapat memberikan dukungan, mentoring, dan jaringan bagi mahasiswa yang berminat menjadi digital entrepreneur.

DAFTAR PUSTAKA

Akuba, Alfin, and Mohamad Akuba. "THE ROLE OF ECONOMIC LITERATURE AND DIGITAL LITERATURE AS DRIVERS OF ECONOMIC RECOVERY OF CULINARY SECTOR SMEs DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN BOALEMO DISTRICT." *Kewirausahaan Dan Bisnis* 174, no. 2 (2022): 174–82. http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index.

Alamin, Zumhur, Randitha Missouri, Sutriawan Sutriawan, Fathir Fathir, and Khairunnas Khairunnas. "Perkembangan E-Commerce: Analisis Dominasi Shopee Sebagai Primadona Marketplace Di Indonesia." *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)* 6, no. 2 (2023): 120–31. https://doi.org/10.52266/jesa.v6i2.2484.

Ambarita, Indah, Anton Sihombing, Relita Buaton, Prodi Sistem, and Kaputama Binjai. "Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa Dan Alumni Guna Era Digital." *METHOMIKA: Jurnal Manajemen Informatika & Komputerisasi Akuntansi* 2, no. 2 (2018): 109. https://doi.org/10.46880/jmika.Vol2No2.pp109-115.

"ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE SISTEM DROPSIPPING (Studi Kasus Dropshipper Shopee Mahasiswa STAI Ma ' Arif Kalirejo Lampung Tengah) RADEN INTAN LAMPUNG 1442 H / 2021 M ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM T," 2021.

Anim-Yeboah, Samuel, Richard Boateng, Emmanuel Awuni Kolog, Acheampong Owusu, and Ibrahim Bedi. "Digital Entrepreneurship in Business Enterprises: A Systematic Review." *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)* 12066 LNCS, no. April (2020): 192–203.

https://doi.org/10.1007/978-3-030-44999-5_16.

Antonio, Muhammad Syafii, Sugiyarti Fatma Laela, and Thuba Jazil. “Abu Zahrah’S Maqasid Sharia Model As a Performance Measurement System.” *Jurnal Akuntansi Multiparadigma* 11, no. 3 (2020): 519–41. https://doi.org/10.21776/ub.jamal.2020.11.3.30.

Axtell, Robert L, and J Doyne Farmer. “Agent-Based Modeling in Economics and Finance: Past, Present, and Future Agent-Based Modeling in Economics and Finance: Past, Present, and Future Ñ.” *INET Oxford Working Pape*, no. 10 (2022): 1–96.

Baldan, Najimul, Agus Hermawan, and Makaryanawati. “The Influence of Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Skills on Entrepreneurial Intentions through the Internship Program as an Intervening Variable for Vocational School Students in Banyuwangi Regency.” *Formosa Journal of Multidisciplinary Research* 3, no. 1 (2024): 105–34. https://doi.org/10.55927/fjmr.v3i1.7632.

Bandura, Albert. “Efikasi Diri: Tinjauan Teori Albert Bandura.” *Buletin Psikologi* 20, no. 1–2 (2016): 18–25.

Bintang, Khairil Insan, Kurjono Kurjono, and Aminu Umar. “The Influence of Islamic Values on Social Entrepreneurial Intentions, Mediation of Entrepreneurial Attitudes, Bandung Muslim Community.” *Jurnal Kajian Peradaban Islam* 6, no. 2 (2023): 115–21. https://doi.org/10.47076/jkpis.v6i2.222.

Buckingham, David. “Digital Media Literacies : Rethinking.” *Research in Comparative and International Education* 2, no. 1 (2007): 43–55.

Chapra, M Umer. “Vision of Development in the Light of Maqāsid Al-Sharī ‘ Ah,” no. January 2008 (2008). https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4188.5047.

Chen, Haiyang, and Ronald P. Volpe. “An Analysis of Personal Financial

Literacy Among College Students." *Financial Services Review* 7, no. 2 (1998): 107–28. https://doi.org/10.1016/s1057-0810(99)80006-7.

Creswell. *Risearch Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed, Yogyakarta: Gadjah Mada University.*, 2014.

Darmanto, Andryo, Putri Vina Sefaverdiana, and Miftah Rakhmadian. "Pengaruh Literasi Ekonomi, Literasi Digital Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa." *ECODUCATION Economics & Education Journal* 6, no. 2 (2024): 171–85. http://ejurnal.budiutomomalang.ac.id/index.php/ecoducation.

DOLONSEDA, HERMAN PHILIPS, ALLEN A CH MANONGKO, and I KADEK SATRIA ARSANA. "Analisis Dampak Literasi Ekonomi Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Berwirausaha: Sebuah Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi." *SOCIAL : Jurnal Inovasi Pendidikan IPS* 4, no. 4 (2024): 495–506. https://doi.org/10.51878/social.v4i4.3581.

Eshet-Alkalai, Yoram. "Digital Literacy: A Conceptual Framework for Survival Skills in the Digital Era." *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia* 13 (2004): 93–106.

Firda Zulfa. "Pemikiran Ekonomi syariah Adiwarman Azwar Karim." *El-Faqih:Jurnal Pemikiran & Hukum Islam* 1, no. 2 (2015): 17–30.

Fitria, Tira Nur. "Kontribusi Ekonomi syariah Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional." *Jurnal Ilmiah Ekonomi syariah* 2, no. 03 (2016). https://doi.org/10.29040/jiei.v2i03.3.

Gotama, Gigih, Sulastri Rini Rindrayani, Article History, Literasi Digital, Perilaku Impulsif, Program Studi, and Pendidikan Ekonomi. "Pengaruh Literasi Digital Dan Literasi Impulsif Melalui Online Shop Pada Mahasiswa" 1 (2022).

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd. "Instrumen Penelitian Dan Urgensinya Dalam

Penelitian Kuantitatif." *News.Ge* 4, no. 1 (20189): https://news.ge/anakliis-porti-aris-qveynis-momava.

Harsono, Soni, Nathan Tidiend Haripraditya, and Much Aji Rochman Soleh. "Perilaku Belanja Online Dan Niat Beli Pada Generasi 'Z' Di Indonesia." *Journal of Business and Banking* 12, no. 1 (2022): 143. https://doi.org/10.14414/jbb.v12i1.3111.

Hasanah, Ulfa Uswatun, and Khasan Setiaji. "Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri, Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Dalam E-Business." *Economic Education Analysis Journal* 2, no. 1 (2019): 1–18. https://doi.org/10.15294/eeaj.v13i2.17051.

Hasanah, Ulfah, Refananda Dwintama Abdurahman, and Rochiyati Murniningsih. "Literasi Digital, Adversity Quotient Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa." *Prosiding University Research Colloquium*, *19*, 2024, 125–37. https://repository.urecol.org/index.php/proceeding/article/view/2786.

Heale, Roberta, and Alison Twycross. "Validity and Reliability in Quantitative Studies." *Evidence-Based Nursing* 18, no. 3 (2015): 66–67. https://doi.org/10.1136/eb-2015-102129.

Hidayat, Taufiq. *Sejarah Dan Pemikiran Ekonomi syariah*, 2015.

Hidayati, Besse Wediawati, and Novita Sari. "Pengaruh Literasi Kewirausahaan Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Dibidang Start-Up (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Kosentrasi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi)." *Jurnal Dinamika Manajemen* 11, no. 1 (2023): 38–45. https://mail.online-journal.unja.ac.id/jmbp/article/view/26502%0Ahttps://mail.online-journal.unja.ac.id/jmbp/article/download/26502/15924.

Indriyani, Sindi, Muhammad Rakib, Muhammad Hasan, Mustari Mustari, and

Muhammad Dinar. “Pengaruh Literasi Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan Aktualisasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Makassar.” *Eklektik : Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan* 5, no. 2 (2022): 229. https://doi.org/10.24014/ekl.v5i2.18577.

Irawan, Edi. “Literature Review : Literasi Digital , Literasi Ekonomi , Dan Inovasi Bisnis Mempengaruhi Manajemen Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah.” *EBISMAN : EBisnis Manajemen* 1, no. 4 (2023): 30–41.

Irianto, Agus. “STATISTIK: Konsep Dasar, Aplikasi, Dan Pengembangannya. (Jakarta: Kencana.2010).Hal.22,” n.d.

Irsyada, Rahmat, Ahmad Dardiri, and R Machmud Sugandi. “Kontribusi Minat Berwirausaha Dan Self Efficacy Terhadap Kesiapan Berwirausaha Di Era Revolusi Industri 4 . 0 Mahasiswa Teknik Informatika Se-Malang.” *Jurnal Pendidikan* 3, no. 7 (2018): 945–54. http://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/.

Khoiriyah, Eva Zunia, and Ahmad Ajib Ridlwan. “Religiosity and Islamic Entrepreneurial Intention : The Mediating Role of Islamic Entrepreneurial Motivation in Muslim Students” 8, no. 1 (2025): 73–90.

Kholis, Nur, Suci Aprilliani, and Utami Nofrianto. *Pengantar Ekonomi syariah Penulis : Azharsyah Ibrahim | Erika Amelia | Nashr Akbar*, 2021.

Laldin, Mohamad Akram, and Fares Djafri. “Islamic Finance in The Digital World: Opportunities and Challenges (Kewangan Islam Dalam Dunia Digital: Peluang Dan Cabaran).” *Journal of Islam in Asia (E-ISSN 2289-8077)* 16, no. 3 (2019): 283–99. https://doi.org/10.31436/jia.v16i3.853.

Lennie, Ian. “Managing Management.” *Beyond Management*, 2012, 43–57. https://doi.org/10.4135/9781446218952.n3.

“Literasi Terhadap Ekonomi Syariah.Pdf,” n.d.

Lusardi, Annamaria, and Olivia S. Mitchell. “Financial Literacy around the World: An Overview.” *Journal of Pension Economics and Finance* 10, no. 4 (2011): 497–508. https://doi.org/10.1017/S1474747211000448.

M Turmudi. “PRODUKSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH Muhammad.” *Jurnalnasional.Ump.Ac.Id* 3, no. 2 (2017): 77.

Martin, Allan. “A European Framework for Digital Literacy.” *Nordic Journal of Digital Literacy* 1, no. 2 (2006): 151–61. https://doi.org/10.18261/issn1891-943x-2006-02-06.

McCowage, Madeleine, and Jacqui Dwyer. “Economic Literacy: What Is It and Why Is It Important?| Bulletin–December 2022.” *The Reserve Bank of Australia, BULLETIN – DECEMBER 2022*, no. December (2022): 11–22.

Mugiono, Mugiono, Sucihatiningsih Dian, Wisika Prajanti, Wahyono Wahyono, Smk Pgri Batang, Indonesia Jl Ki, Mangunsarkoro No, Proyonanggan Selatan, and Kec Batang. “The Effect of Digital Literacy and Entrepreneurship Education Towards Online Entrepreneurship Intention Through Online Business Learning and Creativity At Marketing Department in Batang Regency.” *Journal of Economic Education* 10, no. 1 (2021): 21–27. https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec/article/view/41304.

Muhammad, Rafi. “Muhamad Rafi Rayhan, 2 Heny Hendrayati, 3 Chairul Furqon.” *Adaptasi Transpormasi Teknologi Digital Dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Kuliner* 8, no. 2 (2024): 156–71.

Muthmainnah Sultan. *Pemikiran Ekonomi syariah Kontemporer*, 2021.

Nusa Putra, Universitas. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha: Sebuah Studi Literatur.” *Conference Series* 1, no. 1 (2022): 96–107.

Ponorogo, Universitas Muhammadiyah, and Nur Afni. “Pengaruh Literasi Digital

Terhadap Minat Berwirausaha Digital Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Humaniora , Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong," no. 10 (2023): 4–12.

Pool, Carolyn R. "A New Digital Literacy A Conversation with Paul Gilster." *Educational Leadership* 55, no. 3 (1997): 6–11. http://namodemello.com.br/pdf/tendencias/tecnolnocurric.pdf.

Purba, Nabilah, Mhd Yahya, and Nurbaiti. "Revolusi Industri 4.0 : Peran Teknologi Dalam Eksistensi Penguasaan Bisnis Dan Implementasinya." *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis* 9, no. 2 (2021): 91–98.

Rahma Tanjung Sari, Tiara, and Waspodo Tjipto Subroto. "Pengaruh Literasi Ekonomi, e-Commerce, Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa." *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 8, no. 2 (2023): 149–61. https://doi.org/10.21067/jrpe.v8i2.8792.

Rahmatullah, Inanna, Sitti Hajerah Hasyim, and Leny Noviani. "Kepercayaan Diri, Kreativitas Dan Motivasi Pengaruhnya Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Milenia;" *Indonesian Journal of Learning Education and Counseling Artikel Info* 5, no. 2 (2023): 157–66.

Riswanti rini. "Literasi Digital Mahasiswa Dan Faktor Yang Berpengaruh.Pdf," 2022.

Rojoki Manullang, Dominikus, and Ikaputera Waspada. "Peran Self Efficacy Dalam Memoderasi Pengaruh Digital Literacy Terhadap Entrepreneurial Intention." *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 7, no. 2 (2022): 118–29. https://doi.org/10.21067/jrpe.v7i2.6797.

Rosad, Suparyanto dan. "Manajemen Pemasaran Suparyanto Dan Rosad (2015, 5.3 (2020), 248–53," 2015.

Sa'adah, Lailatus, and Amir Mahmud. "Pengaruh Penggunaan Instagram Dan Efikasi Diri Melalui Motivasi Berwirausaha Terhadap Intensi Berwirausaha."

Economic Education Analysis Journal 8, no. 1 (2019): 18–32.

Sahroh, Aida Fatimatus. "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya." *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 6, no. 3 (2018): 208–15.

Salsabila, Fadhilah. "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Berwirausaha Sektor Kuliner Yang Terdaftar Pada Aplikasi Go Food Di Pasar Segar Kota Makassar." *Jurnal Manajemen Dan. Kewirausahaan*, 2009.

Santoso, Singgih. "SPSS Mengolah Data Statistik Secara Profesional, Edisi Ke-2, PT." *Elex Media Komputindo Gramedia Jakarta. Jakarta*, 2000.

Sastri, Haliza, Nuraini Asriati, and Husni Syahrudin. "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan." *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)* 11, no. 7 (2022): 676. https://doi.org/10.26418/jppk.v11i7.56389.

Setyanti, Sri Wahyu Lelly Hana, Erila Cahyani Pradana, and Sudarsih Sudarsih. "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri Berwirausaha Dan Faktor Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam Di Jember." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 9, no. 1 (2021): 64. https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i1.5518.

Soediro, Achmad, Media Kusumawardani, Muhammad Farhan, Fardinant Adhitama, Hasni Yusrianti, Abdul Bashir, and Ichsan Hamidi. "Literasi Ekonomi syariah Menuju Pusat Industri Halal Dunia." *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2021. https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.34.

Solikha, Ni'matus, Yudithia Dian Putra, and Nur Anisa. "Pengaruh Persepsi

Mahasiswa PAUD Pada Mata Kuliah Edupreneurship Terhadap Minat Berwirausaha Di Era Digital." *Jurnal Basicedu* 8, no. 3 (2024): 2196–2208. https://doi.org/10.31004/basicedu.v8i3.7697.

Sono, Moh Gifari, Erwin Erwin, and Muhamad Ammar Muhtadi. "Strategi Pemasaran Digital Dalam Mendorong Keberhasilan Wirausaha Di Era Digital." *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science* 1, no. 04 (2023): 312–24. https://doi.org/10.58812/jekws.v1i04.712.

Sudrajat, S.W.M. "Mengenal Ekonometrika Pemula, (Bandung: CV. Armco, 1988), Hal. 164," 1988.

Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D", (Bandung: Alfabeta, CV,), h. 158," 2017.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta,* 2018.

———. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, Dan R&D", (Bandung: Alfabeta, CV,), h. 202," 2017.

Suharmi, Arikunto. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik." *Jakarta: Rineka Cipta,* 2012, 172.

Syah, Rahmat, Daddy Darmawan, and Agus Purnawan. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kemampuan Literasi Digital." *Jurnal AKRAB* 10, no. 2 (2019): 60–69. https://doi.org/10.51495/jurnalakrab.v10i2.290.

Tahir, Thamrin, Muhammad Hasan, and Ihsan Said. "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa." *Indonesian Journal of Economics, Entrepreneurship and Innovation* 2, no. 1 (2021): 2721–8287. https://doi.org/10.31960/ijoeei.v2i1.1038.

Ummah, Masfi Sya'fiatul. *Ekonomi Syariah*. *Sustainability (Switzerland)*. Vol. 11, 2019. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-

8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.

Vika Frassasti , Novita Weningtyas Respat, Wahyudin Nor. "Jurnal Akuntansi Dan Keuangan." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53 (2024): 160.

Wahida, Altri, and Madrianah Madrianah. "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha." *AkMen JURNAL ILMIAH* 20, no. 1 (2023): 84–93. https://doi.org/10.37476/akmen.v20i1.3757.

Wahyuni, cici sri. "Pengaruh Literasi Ekonomi, Literasi Digital Dan Adversity Quotient Terhadap Digital Enterpreneurship Intetion Mahasiswa," 2025.

Warmita, I Wayan &, and Ni Wayan Alit Erlina Wati. "E-ISSN 2798-8961 Hita Akuntansi Dan Keuangan Universitas Hindu Indonesia Edisi Juli 2021." *Pengaruh Profitabilitas, Harga Saham, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode (2018-2020)* 4, no. 1 (2022): 88–99. https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/HAK/article/view/3584.

Widia Nurdiani, Tanti, Loso Judijanto, Ibrahim Mallam Fali, Jawad Zacaria Salic, Jawad Zacaria Salic, and Shahid Q Manalundong. "The Application of Ushul Al-Fiqh (Principles of Islamic Jurisprudence) in Sharia Economics: Theoretical Review." *Journal.Islamicateinstitute.Co.Id* 1, no. 02 (2023): 72–80. http://journal.islamicateinstitute.co.id/index.php/joes/article/view/851.

Widyanti, Triani, Tetep, and Eldi Mulyana. "Analisis Faktor Pendidikan Dan Demografi Terhadap Tingkat Literasi Ekonomi Mahasiswa." *Business Innovation and Entrepreneurship Journal* 1, no. 3 (2019): 203–9. https://doi.org/10.35899/biej.v1i3.30.

witte bruno, de. “EUI Working Papers Minorities.” *EUI Working Papers* 15, no. 2001 (2008): 1–63. http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1162/JEEA.2008.6.6.1109/abstract.

Yosani, Clara. “Teknik Analisis Kuantitatif.” *Makalah Teknik Analisis II*, 2006, 1–7.

Zulatsari, Meylinda Rachmona, and Yoyok Soesatyo. “Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2015.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 6, no. 3 (2018): 157–60.

Akuba, Alfin, and Mohamad Akuba. “THE ROLE OF ECONOMIC LITERATURE AND DIGITAL LITERATURE AS DRIVERS OF ECONOMIC RECOVERY OF CULINARY SECTOR SMEs DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN BOALEMO DISTRICT.” *Kewirausahaan Dan Bisnis* 174, no. 2 (2022): 174–82. http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index.

Alamin, Zumhur, Randitha Missouri, Sutriawan Sutriawan, Fathir Fathir, and Khairunnas Khairunnas. “Perkembangan E-Commerce: Analisis Dominasi Shopee Sebagai Primadona Marketplace Di Indonesia.” *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)* 6, no. 2 (2023): 120–31. https://doi.org/10.52266/jesa.v6i2.2484.

Ambarita, Indah, Anton Sihombing, Relita Buaton, Prodi Sistem, and Kaputama Binjai. “Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa Dan Alumni Guna Era Digital.” *METHOMIKA: Jurnal Manajemen Informatika & Komputerisasi Akuntansi* 2, no. 2 (2018): 109. https://doi.org/10.46880/jmika.Vol2No2.pp109-115.

“ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE SISTEM DROPSIPPING (Studi Kasus Dropshipper

Shopee Mahasiswa STAI Ma ’ Arif Kalirejo Lampung Tengah) RADEN INTAN LAMPUNG 1442 H / 2021 M ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM T,” 2021.

Anim-Yeboah, Samuel, Richard Boateng, Emmanuel Awuni Kolog, Acheampong Owusu, and Ibrahim Bedi. “Digital Entrepreneurship in Business Enterprises: A Systematic Review.” *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)* 12066 LNCS, no. April (2020): 192–203. https://doi.org/10.1007/978-3-030-44999-5_16.

Antonio, Muhammad Syafii, Sugiyarti Fatma Laela, and Thuba Jazil. “Abu Zahrah’S Maqasid Sharia Model As a Performance Measurement System.” *Jurnal Akuntansi Multiparadigma* 11, no. 3 (2020): 519–41. https://doi.org/10.21776/ub.jamal.2020.11.3.30.

Axtell, Robert L, and J Doyne Farmer. “Agent-Based Modeling in Economics and Finance: Past, Present, and Future Agent-Based Modeling in Economics and Finance: Past, Present, and Future Ñ.” *INET Oxford Working Pape*, no. 10 (2022): 1–96.

Baldan, Najimul, Agus Hermawan, and Makaryanawati. “The Influence of Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Skills on Entrepreneurial Intentions through the Internship Program as an Intervening Variable for Vocational School Students in Banyuwangi Regency.” *Formosa Journal of Multidisciplinary Research* 3, no. 1 (2024): 105–34. https://doi.org/10.55927/fjmr.v3i1.7632.

Bandura, Albert. “Efikasi Diri: Tinjauan Teori Albert Bandura.” *Buletin Psikologi* 20, no. 1–2 (2016): 18–25.

Bintang, Khairil Insan, Kurjono Kurjono, and Aminu Umar. “The Influence of Islamic Values on Social Entrepreneurial Intentions, Mediation of Entrepreneurial Attitudes, Bandung Muslim Community.” *Jurnal Kajian*

Peradaban Islam 6, no. 2 (2023): 115–21. https://doi.org/10.47076/jkpis.v6i2.222.

Buckingham, David. "Digital Media Literacies : Rethinking." *Research in Comparative and International Education* 2, no. 1 (2007): 43–55.

Chapra, M Umer. "Vision of Development in the Light of Maqāsid Al-Sharī ' Ah," no. January 2008 (2008). https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4188.5047.

Chen, Haiyang, and Ronald P. Volpe. "An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students." *Financial Services Review* 7, no. 2 (1998): 107–28. https://doi.org/10.1016/s1057-0810(99)80006-7.

Creswell. *Risearch Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed, Yogyakarta: Gadjah Mada University.*, 2014.

Darmanto, Andryo, Putri Vina Sefaverdiana, and Miftah Rakhmadian. "Pengaruh Literasi Ekonomi, Literasi Digital Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa." *ECODUCATION Economics & Education Journal* 6, no. 2 (2024): 171–85. http://ejurnal.budiutomomalang.ac.id/index.php/ecoducation.

DOLONSEDA, HERMAN PHILIPS, ALLEN A CH MANONGKO, and I KADEK SATRIA ARSANA. "Analisis Dampak Literasi Ekonomi Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Berwirausaha: Sebuah Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi." *SOCIAL : Jurnal Inovasi Pendidikan IPS* 4, no. 4 (2024): 495–506. https://doi.org/10.51878/social.v4i4.3581.

Eshet-Alkalai, Yoram. "Digital Literacy: A Conceptual Framework for Survival Skills in the Digital Era." *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia* 13 (2004): 93–106.

Firda Zulfa. "Pemikiran Ekonomi syariah Adiwarman Azwar Karim." *El-Faqih:Jurnal Pemikiran & Hukum Islam* 1, no. 2 (2015): 17–30.

Fitria, Tira Nur. “Kontribusi Ekonomi syariah Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi syariah* 2, no. 03 (2016). https://doi.org/10.29040/jiei.v2i03.3.

Gotama, Gigih, Sulastri Rini Rindrayani, Article History, Literasi Digital, Perilaku Impulsif, Program Studi, and Pendidikan Ekonomi. “Pengaruh Literasi Digital Dan Literasi Impulsif Melalui Online Shop Pada Mahasiswa” 1 (2022).

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd. “Instrumen Penelitian Dan Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif.” *News.Ge* 4, no. 1 (20189): https://news.ge/anakliis-porti-aris-qveynis-momava.

Harsono, Soni, Nathan Tidiend Haripraditya, and Much Aji Rochman Soleh. “Perilaku Belanja Online Dan Niat Beli Pada Generasi ‘Z’ Di Indonesia.” *Journal of Business and Banking* 12, no. 1 (2022): 143. https://doi.org/10.14414/jbb.v12i1.3111.

Hasanah, Ulfa Uswatun, and Khasan Setiaji. “Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri, Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Dalam E-Business.” *Economic Education Analysis Journal* 2, no. 1 (2019): 1–18. https://doi.org/10.15294/eeaj.v13i2.17051.

Hasanah, Ulfah, Refananda Dwintama Abdurahman, and Rochiyati Murniningsih. “Literasi Digital, Adversity Quotient Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa.” *Prosiding University Research Colloquium, 19*, 2024, 125–37. https://repository.urecol.org/index.php/proceeding/article/view/2786.

Heale, Roberta, and Alison Twycross. “Validity and Reliability in Quantitative Studies.” *Evidence-Based Nursing* 18, no. 3 (2015): 66–67. https://doi.org/10.1136/eb-2015-102129.

Hidayat, Taufiq. *Sejarah Dan Pemikiran Ekonomi syariah*, 2015.

Hidayati, Besse Wediawati, and Novita Sari. “Pengaruh Literasi Kewirausahaan Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Dibidang Start-Up (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Kosentrasi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi).” *Jurnal Dinamika Manajemen* 11, no. 1 (2023): 38–45. https://mail.online-journal.unja.ac.id/jmbp/article/view/26502%0Ahttps://mail.online-journal.unja.ac.id/jmbp/article/download/26502/15924.

Indriyani, Sindi, Muhammad Rakib, Muhammad Hasan, Mustari Mustari, and Muhammad Dinar. “Pengaruh Literasi Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan Aktualisasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Makassar.” *Eklektik : Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan* 5, no. 2 (2022): 229. https://doi.org/10.24014/ekl.v5i2.18577.

Irawan, Edi. “Literature Review : Literasi Digital , Literasi Ekonomi , Dan Inovasi Bisnis Mempengaruhi Manajemen Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah.” *EBISMAN : EBisnis Manajemen* 1, no. 4 (2023): 30–41.

Irianto, Agus. “STATISTIK: Konsep Dasar, Aplikasi, Dan Pengembangannya. (Jakarta: Kencana.2010).Hal.22,” n.d.

Irsyada, Rahmat, Ahmad Dardiri, and R Machmud Sugandi. “Kontribusi Minat Berwirausaha Dan Self Efficacy Terhadap Kesiapan Berwirausaha Di Era Revolusi Industri 4 . 0 Mahasiswa Teknik Informatika Se-Malang.” *Jurnal Pendidikan* 3, no. 7 (2018): 945–54. http://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/.

Khoiriyah, Eva Zunia, and Ahmad Ajib Ridlwan. “Religiosity and Islamic Entrepreneurial Intention : The Mediating Role of Islamic Entrepreneurial Motivation in Muslim Students” 8, no. 1 (2025): 73–90.

Kholis, Nur, Suci Aprilliani, and Utami Nofrianto. *Pengantar Ekonomi syariah Penulis : Azharsyah Ibrahim | Erika Amelia | Nashr Akbar*, 2021.

Laldin, Mohamad Akram, and Fares Djafri. “Islamic Finance in The Digital World: Opportunities and Challenges (Kewangan Islam Dalam Dunia Digital: Peluang Dan Cabaran).” *Journal of Islam in Asia (E-ISSN 2289-8077)* 16, no. 3 (2019): 283–99. https://doi.org/10.31436/jia.v16i3.853.

Lennie, Ian. “Managing Management.” *Beyond Management,* 2012, 43–57. https://doi.org/10.4135/9781446218952.n3.

“Literasi Terhadap Ekonomi Syariah.Pdf,” n.d.

Lusardi, Annamaria, and Olivia S. Mitchell. “Financial Literacy around the World: An Overview.” *Journal of Pension Economics and Finance* 10, no. 4 (2011): 497–508. https://doi.org/10.1017/S1474747211000448.

M Turmudi. “PRODUKSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH Muhammad.” *Jurnalnasional.Ump.Ac.Id* 3, no. 2 (2017): 77.

Martin, Allan. “A European Framework for Digital Literacy.” *Nordic Journal of Digital Literacy* 1, no. 2 (2006): 151–61. https://doi.org/10.18261/issn1891-943x-2006-02-06.

McCowage, Madeleine, and Jacqui Dwyer. “Economic Literacy: What Is It and Why Is It Important?| Bulletin–December 2022.” *The Reserve Bank of Australia*, *BULLETIN – DECEMBER 2022*, no. December (2022): 11–22.

Mugiono, Mugiono, Sucihatiningsih Dian, Wisika Prajanti, Wahyono Wahyono, Smk Pgri Batang, Indonesia Jl Ki, Mangunsarkoro No, Proyonanggan Selatan, and Kec Batang. “The Effect of Digital Literacy and Entrepreneurship Education Towards Online Entrepreneurship Intention Through Online Business Learning and Creativity At Marketing Department in Batang Regency.” *Journal of Economic Education* 10, no. 1 (2021): 21–27. https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec/article/view/41304.

Muhammad, Rafi. “Muhamad Rafi Rayhan, 2 Heny Hendrayati, 3 Chairul Furqon.” *Adaptasi Transpormasi Teknologi Digital Dan Keterampilan*

Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Kuliner 8, no. 2 (2024): 156–71.

Muthmainnah Sultan. *Pemikiran Ekonomi syariah Kontemporer*, 2021.

Nusa Putra, Universitas. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha: Sebuah Studi Literatur." *Conference Series* 1, no. 1 (2022): 96–107.

Ponorogo, Universitas Muhammadiyah, and Nur Afni. "Pengaruh Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Digital Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Humaniora , Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong," no. 10 (2023): 4–12.

Pool, Carolyn R. "A New Digital Literacy A Conversation with Paul Gilster." *Educational Leadership* 55, no. 3 (1997): 6–11. http://namodemello.com.br/pdf/tendencias/tecnolnocurric.pdf.

Purba, Nabilah, Mhd Yahya, and Nurbaiti. "Revolusi Industri 4.0 : Peran Teknologi Dalam Eksistensi Penguasaan Bisnis Dan Implementasinya." *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis* 9, no. 2 (2021): 91–98.

Rahma Tanjung Sari, Tiara, and Waspodo Tjipto Subroto. "Pengaruh Literasi Ekonomi, e-Commerce, Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa." *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 8, no. 2 (2023): 149–61. https://doi.org/10.21067/jrpe.v8i2.8792.

Rahmatullah, Inanna, Sitti Hajerah Hasyim, and Leny Noviani. "Kepercayaan Diri, Kreativitas Dan Motivasi Pengaruhnya Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Milenia;" *Indonesian Journal of Learning Education and Counseling Artikel Info* 5, no. 2 (2023): 157–66.

Riswanti rini. "Literasi Digital Mahasiswa Dan Faktor Yang Berpengaruh.Pdf," 2022.

Rojoki Manullang, Dominikus, and Ikaputera Waspada. “Peran Self Efficacy Dalam Memoderasi Pengaruh Digital Literacy Terhadap Entrepreneurial Intention.” *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 7, no. 2 (2022): 118–29. https://doi.org/10.21067/jrpe.v7i2.6797.

Rosad, Suparyanto dan. “Manajemen Pemasaran Suparyanto Dan Rosad (2015, 5.3 (2020), 248–53,” 2015.

Sa’adah, Lailatus, and Amir Mahmud. “Pengaruh Penggunaan Instagram Dan Efikasi Diri Melalui Motivasi Berwirausaha Terhadap Intensi Berwirausaha.” *Economic Education Analysis Journal* 8, no. 1 (2019): 18–32.

Sahroh, Aida Fatimatus. “Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 6, no. 3 (2018): 208–15.

Salsabila, Fadhilah. “Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Berwirausaha Sektor Kuliner Yang Terdaftar Pada Aplikasi Go Food Di Pasar Segar Kota Makassar.” *Jurnal Manajemen Dan. Kewirausahaan*, 2009.

Santoso, Singgih. “SPSS Mengolah Data Statistik Secara Profesional, Edisi Ke-2, PT.” *Elex Media Komputindo Gramedia Jakarta. Jakarta*, 2000.

Sastri, Haliza, Nuraini Asriati, and Husni Syahrudin. “Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan.” *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)* 11, no. 7 (2022): 676. https://doi.org/10.26418/jppk.v11i7.56389.

Setyanti, Sri Wahyu Lelly Hana, Erila Cahyani Pradana, and Sudarsih Sudarsih. “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri Berwirausaha Dan Faktor Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Perguruan

Tinggi Islam Di Jember." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 9, no. 1 (2021): 64. https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i1.5518.

Soediro, Achmad, Media Kusumawardani, Muhammad Farhan, Fardinant Adhitama, Hasni Yusrianti, Abdul Bashir, and Ichsan Hamidi. "Literasi Ekonomi syariah Menuju Pusat Industri Halal Dunia." *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2021. https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.34.

Solikha, Ni'matus, Yudithia Dian Putra, and Nur Anisa. "Pengaruh Persepsi Mahasiswa PAUD Pada Mata Kuliah Edupreneurship Terhadap Minat Berwirausaha Di Era Digital." *Jurnal Basicedu* 8, no. 3 (2024): 2196–2208. https://doi.org/10.31004/basicedu.v8i3.7697.

Sono, Moh Gifari, Erwin Erwin, and Muhamad Ammar Muhtadi. "Strategi Pemasaran Digital Dalam Mendorong Keberhasilan Wirausaha Di Era Digital." *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science* 1, no. 04 (2023): 312–24. https://doi.org/10.58812/jekws.v1i04.712.

Sudrajat, S.W.M. "Mengenal Ekonometrika Pemula, (Bandung: CV. Armco, 1988), Hal. 164," 1988.

Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D", (Bandung: Alfabeta, CV,), h. 158," 2017.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta*, 2018.

———. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, Dan R&D", (Bandung: Alfabeta, CV,), h. 202," 2017.

Suharmi, Arikunto. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik." *Jakarta: Rineka Cipta*, 2012, 172.

Syah, Rahmat, Daddy Darmawan, and Agus Purnawan. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kemampuan Literasi Digital." *Jurnal AKRAB* 10, no. 2

(2019): 60–69. https://doi.org/10.51495/jurnalakrab.v10i2.290.

Tahir, Thamrin, Muhammad Hasan, and Ihsan Said. “Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa.” *Indonesian Journal of Economics, Entrepreneurship and Innovation* 2, no. 1 (2021): 2721–8287. https://doi.org/10.31960/ijoeei.v2i1.1038.

Ummah, Masfi Sya’fiatul. *Ekonomi Syariah*. *Sustainability (Switzerland)*. Vol. 11, 2019. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.

Vika Frassasti , Novita Weningtyas Respat, Wahyudin Nor. “Jurnal Akuntansi Dan Keuangan.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53 (2024): 160.

Wahida, Altri, and Madrianah Madrianah. “Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha.” *AkMen JURNAL ILMIAH* 20, no. 1 (2023): 84–93. https://doi.org/10.37476/akmen.v20i1.3757.

Wahyuni, cici sri. “Pengaruh Literasi Ekonomi, Literasi Digital Dan Adversity Quotient Terhadap Digital Enterpreneurship Intetion Mahasiswa,” 2025.

Warmita, I Wayan &, and Ni Wayan Alit Erlina Wati. “E-ISSN 2798-8961 Hita Akuntansi Dan Keuangan Universitas Hindu Indonesia Edisi Juli 2021.” *Pengaruh Profitabilitas, Harga Saham, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode (2018-2020)* 4, no. 1 (2022): 88–99. https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/HAK/article/view/3584.

Widia Nurdiani, Tanti, Loso Judijanto, Ibrahim Mallam Fali, Jawad Zacaria Salic,

Jawad Zacaria Salic, and Shahid Q Manalundong. “The Application of Ushul Al-Fiqh (Principles of Islamic Jurisprudence) in Sharia Economics: Theoretical Review.” *Journal.Islamicateinstitute.Co.Id* 1, no. 02 (2023): 72–80. http://journal.islamicateinstitute.co.id/index.php/joes/article/view/851.

Widyanti, Triani, Tetep, and Eldi Mulyana. “Analisis Faktor Pendidikan Dan Demografi Terhadap Tingkat Literasi Ekonomi Mahasiswa.” *Business Innovation and Entrepreneurship Journal* 1, no. 3 (2019): 203–9. https://doi.org/10.35899/biej.v1i3.30.

witte bruno, de. “EUI Working Papers Minorities.” *EUI Working Papers* 15, no. 2001 (2008): 1–63. http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1162/JEEA.2008.6.6.1109/abstract.

Yosani, Clara. “Teknik Analisis Kuantitatif.” *Makalah Teknik Analisis II*, 2006, 1–7.

Zulatsari, Meylinda Rachmona, and Yoyok Soesatyo. “Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2015.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 6, no. 3 (2018): 157–60.

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: pps.metrouniv.ac.id; email: pps.iainmetro@metrouniv.ac.id

RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap penulis adalah Zulfa Fadilla. Penulis dilahirkan di Kota Metro, pada tanggal 23 November 1997. Penulis merupakan anak ke 2 dari 4 bersaudara, dari pasangan Bapak Syahril Ridwan dan Ibu Muaeni,S.Pd.SD. Penulis telah menikah dengan Khoirul, S.Kom tahun 2024.

Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SD Muhammadiyah Metro Pusat pada tahun 2009. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan menengah pertama hingga menengah atas di Pondok Pesantren Islam Al Muhsin Kota Metro, dan berhasil menyelesaikan pendidikan pondok pada tahun 2016. Pada tahun 2016, penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri Metro, pada program studi S1 Perbankan Syariah. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E.), penulis menyusun tesis dengan judul : "Pengaruh Literasi Digital dan Literasi Ekonomi Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Digital Enterpreneur Muslim".

LAMPIRAN

INSTRUMEN PENGUMPUL DATA

PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP MINAT MAHASISWA MENJADI DIGITAL ENTERPRENEUR MUSLIM

Kepada Yth. Mahasiswa/i di Kota Metro. Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir di Institut Agama Islam Negeri Metro maka penulis mengadakan penelitian mengenai minat mahasiswa menjadi digital enterpreneur dengan judul "Pengaruh Literasi Digital dan Literasi Ekonomi terhadap Minat Mahasiswa menjadi Digital Enterpreneur Muslim". Penulis memohon kesediaan saudara/i untuk membantu penulis dalam penelitian ini dengan secara sukarela mengisi kuisioner ini. Penulis sangat menghargai kejujuran saudara/i dalam mengisi kuesioner ini. Penulis menjamin kerahasiaan saudara/i yang terkait dengan kuesioner. Hasil survey ini semata-mata akan digunakan untuk tujuan penelitian dan bukan tujuan komersial. Atas perhatian dan kesediaan saudara/i sekalian mengisi kuesioner ini, penulis mengucapkan banyak terimakasi.

Identitas Responden

1. Nama: ..... (bila tidak keberatan)
2. Usia .....tahun
3. Jenis Kelamin
   - Laki-laki
   - Wanita
4. Program Studi/Jurusan.....
5. Fakultas.....
6. Semester.....
7. Asal Perguruan Tinggi.....
8. Apakah Anda memiliki pengalaman berwirausaha sebelumnya
   - Ya, ...(Jika ya, mohon sebutkan secara singkat jenis usaha yang pernah dijalankan)
   - Tidak
9. Apakah Anda aktif dalam kegiatan atau organisasi kewirausahaan di kampus?
   - Ya, ... (Jika ya, mohon sebutkan nama kegiatan atau organisasi tersebut.)
   - Tidak

Petunjuk Pengisian

Kuesioner di bawah ini merupakan sebuah pertanyaan terkait kompetensi kewirausahaan, literasi digital, minat berwirausaha berbasis digital, dan lingkungan kampus. Pertanyaan kuesioner tersebut dapat diisi berdasarkan pendapat masing-masing responden dengan memperhatikan acuan pada kriteria skor. Kriteria yang ditentukan adalah sebagai berikut: Berikan tanda "✓" pada jawaban yang sesuai menurut anda.

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Dipindai dengan CamScanner

Kuesioner Literasi Digital

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Akses dan Penggunaan Teknologi Digital						
1	Saya memiliki akses yang mudah dan lancar ke perangkat digital seperti komputer, smartphone, dan internet untuk keperluan belajar dan berkomunikasi					
2	Seberapa sering Anda menggunakan teknologi digital (misalnya, internet, aplikasi, perangkat lunak) dalam aktivitas sehari-hari Anda?					
Pemahaman Teknologi Digital						
3	Saya mampu menggunakan platform digital seperti marketplace, aplikasi perbankan online, dan media sosial untuk mendukung kegiatan bisnis saya					
4	Saya terampil menggunakan alat-alat digital untuk membuat konten kreatif yang menarik perhatian pelanggan di dunia digital.					
Kreativitas dalam Penggunaan Teknologi Digital						
5	Saya mampu menghasilkan ide-ide kreatif dan inovatif menggunakan teknologi digital seperti aplikasi desain grafis, video editing, atau coding					
6	Saya menggunakan teknologi digital untuk menciptakan produk atau layanan baru yang berbasis digital					
Kolaborasi dan Komunikasi Digital						
7	Saya mampu berkolaborasi dengan tim atau mitra bisnis melalui alat komunikasi digital seperti Zoom, Google Meet, atau Slack.					
8	Saya menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan dan mitra secara efektif.					
Keamanan dan Etika dalam Dunia Digital						
9	Saya memahami pentingnya perlindungan privasi dan keamanan data pribadi serta bisnis online					
10	Saya menyadari pentingnya etika berbisnis di platform digital, seperti hak cipta dan perilaku bisnis yang etis					
Kemampuan Adaptasi terhadap Teknologi Baru						
11	Saya mampu belajar dan mengadopsi teknologi baru yang relevan untuk bisnis digital, seperti teknologi cloud computing, AI, atau pemasaran digital					
12	Saya cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi terbaru untuk memanfaatkan peluang baru di pasar digital					

Kuesioner Literasi Ekonomi

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Pemahaman tentang Kebutuhan dan Keinginan						
1	Saya mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam menjalankan bisnis digital					

Dipindai dengan CamScanner

2	Saya mampu memprioritaskan kebutuhan bisnis digital saya ketika sumber daya terbatas					
Kelangkaan dan Pilihan						
3	Saya menyadari adanya keterbatasan sumber daya seperti modal, waktu, dan teknologi dalam menjalankan bisnis digital					
4	Saya mampu memilih alternatif terbaik dalam menjalankan bisnis digital meskipun sumber daya terbatas					
Motif Ekonomi						
5	Saya memahami pentingnya motif ekonomi seperti keuntungan, efisiensi, dan produktivitas dalam bisnis digital					
6	Saya menyadari pentingnya inovasi dan efisiensi untuk mencapai tujuan ekonomi dalam bisnis digital					
Prinsip Ekonomi						
7	Saya memahami pentingnya efisiensi dalam penggunaan sumber daya untuk mencapai hasil optimal dalam bisnis digital					
8	Saya memahami konsep *trade-off* dalam mengambil keputusan bisnis digital					
Kegiatan Ekonomi						
9	Saya memahami proses produksi barang dan jasa di sektor digital seperti *e-commerce*, pemasaran digital, dan pembuatan konten.					
10	Saya memahami cara distribusi digital, termasuk logistik digital dan platform *e-commerce*.					
11	Saya memahami konsumsi digital dan perilaku konsumen dalam ekosistem digital.					

Kuesioner Minat menjadi Digital Enterpreneur

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Kepribadian						
1	Saya yakin mampu mengatasi tantangan dalam memulai bisnis digital					
2	Saya sering menghasilkan ide-ide baru untuk bisnis digital					
3	Saya bersemangat untuk mencoba hal baru dalam menjalankan bisnis digital					
4	Saya fokus pada pengembangan bisnis digital yang saya sukai					
5	Saya senang mempelajari keterampilan baru untuk bisnis digital					
Lingkungan Keluarga						
1	Keluarga saya mendukung dan memberikan suasana yang kondusif untuk pengembangan minat saya dalam berbisnis digital					
2	Orang tua saya mendorong saya untuk berani mengambil risiko dan mencoba hal-hal baru dalam berbisnis digital					

Dipindai dengan CamScanner

3	Kondisi ekonomi keluarga saya memungkinkan saya untuk mengakses sumber daya yang dibutuhkan dalam memulai bisnis digital					
Motivasi						
1	Saya selalu menyelesaikan tugas-tugas yang berkaitan dengan bisnis digital, meskipun menghadapi banyak tantangan					
2	Saya tidak mudah menyerah ketika menghadapi kesulitan dalam mengembangkan bisnis digital saya					
3	Saya selalu mencari cara baru dan inovatif untuk menghindari kebosanan dalam menjalankan bisnis digital saya					
4	Saya menikmati proses mencari solusi kreatif untuk masalah yang muncul dalam bisnis digital saya					

Mengetahui

Dosen Pembimbing I

Dr. Imam Mustofa M.Si
NIP. 19820412 200901 1 016

Dosen Pembimbing II

Dr. Isa Anshori, S.Ag, SS, MH
NIP. 19860619 201801 1 001

Dipindai dengan CamScanner

OUTLINE

PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP MINAT MAHASISWA MENJADI DIGITAL ENTERPRENEUR MUSLIM

HALAMAN SAMPUL

ABSTRAK PERSETUJUAN

PENGESAHAN

PERNYATAAN ORISINILITAS PENELITIAN

PEDOMAN TRANSLITERASI

MOTTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

B. Identifikasi Masalah

C. Pembatasan Masalah

D. Rumusan Masalah

E. Tujuan Penelitian

F. Manfaat Penelitian

G. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP MINAT DENGAN MEDIASI SELF-EFFICACY DALAM KONTEKS DIGITAL ENTREPRENEUR MUSLIM

A. *Self efficacy*

B. Minat

1. Definisi Minat
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat
   1) Lingkungan Keluarga
   2) Kepribadian
   3) Motivasi

Dipindai dengan CamScanner

C. Literasi Digital
    1) Definisi Literasi Digital
    2) Faktor yang mempengaruhi Literasi Digital
    3) Indikator Literasi Digital
D. Literasi Ekonomi
    1) Definisi Literasi Ekonomi
    2) Faktor yang mempengaruhi literasi ekonomi
    3) Indikator literasi ekonomi
E. Ekonomi Islam
    1) Definisi Ekonomi Islam
    2) Konsep Maslahah dalam Ekonomi Islam
    3) Faktor yang Menghambat Tercapainya Maslahah dalam Bisnis Digital

BAB III METODE PENELITIAN MIX METHOD

A. Desain Penelitian
B. Definisi Operasional
C. Populasi Penelitian
D. Sampel Penelitian
E. Teknik Sampling
F. Definisi Operasional Variabel
G. Metode Pengumpulan Data
H. Instrumen Penelitian
I. Validitas dan Reliabilitas Intrumen
J. Teknik Analisis Data
K. Analisis Faktor

BAB IV PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP MINAT MAHASISWA MENJADI DIGITAL ENTERPRENEUR MUSLIM

A. GAMBARAN OBJEK PENELITIAN
B. HASIL PENELITIAN
    1. Profil Responden
    2. Hasil Analisis Statistik
        a) Uji Validitas
        b) Uji Relibilitas

Dipindai dengan CamScanner

c) Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

2) Uji Autokorelasi

3) Uji Multikolinearitas

4) Uji Heteroskedastisitas

a).Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

b) Hasil Pengujian Hipotesis

1) Uji T (Uji Parsial)

2) Uji F (Uji Simultan)

3). Analisis Faktor

C. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Hubungan Literasi Digital terhadap minat mahasiswa menjadi Digital Enterpreneur Muslim
2. Pengaruh Hubungan Literasi Ekonomi terhadap minat mahasiswa menjadi Digital Enterpreneur Muslim
3. Analisi Pengaruh Hubungan Literasi Digital atau Literasi Ekonomi terhadap minat mahasiswa menjadi Digital Enterpreneur Muslim
4. Analisis Faktor Dominan antara Literasi Digital dan Literasi Ekonomi yang mempengaruhi minat mahasiswa menjadi digital enterpreneur muslim.
5. Analisis Minat menjadi digital enterpreneur ditinjau dari Prinsip Ekonomi Islam.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mengetahui

Dosen Pembimbing I

Dr. Imam Mustofa M.Si
NIP. 19820412 200901 1 016

Dosen Pembimbing II

Dr. Isa Ansbori, S.Ag, SS, MH
NIP. 19860619 201801 1 001

Dipindai dengan CamScanner

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PASCASARJANA
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website www.metrouniv.ac.id E-mail pascametro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN PROPOSAL

Proposal Tesis dengan Judul: **Pengaruh Literasi Digital dan Literasi Ekonomi terhadap Minat Mahasiswa menjadi Digital Enterpreneur Muslim**, disusun oleh: **Zulfa Fadilla**, NPM: **2271040135**, Program Studi **Magister Ekonomi Syariah**, yang telah diujikan dalam **Seminar Proposal Tesis** Pascasarjan Institut Agama Islam Negeri Metro, pada Hari/Tanggal: Jum'at, 10 Januari 2025.

TIM PEMBAHAS:

Dr. Mukhtar Hadi, M.Si
Ketua/Moderator (.....)

Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
Pembahas 1 / Utama (.....)

Dr. Imam Mustofa, M.SI
Pembahas 2 / Pembimbing 1 (.....)

Dr. Isa Ansori, S.Ag., SS., M.HI
Pembahas 3 / Pembimbing 2 (.....)

Ketua Prodi,

Dr. Isa Ansori, S.Ag., SS., M.HI
NIP. 19860619 201801 1 001

Dipindai dengan CamScanner