

**PENGARUH LITERASI DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA
PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH STAIN
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU**



Skripsi

Diajukan kepada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri
Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

ALDINO PRATAMA PUTRA

NIM. 22612052404

**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI SULTAN ABDURRAHMAN
KEPULAUAN RIAU**

2026



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU**

Kampus: Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Asri – Bintan
Telp. 0771-4442607 Fax. 07771-4442610

Website: www.stainkepri.ac.id Email: stainkepri@kemenag.go.id

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aldino Pratama Putra

NIM : 22612052404

Prodi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri dan bukan plagiasi dari hasil karya orang lain. Jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini terdapat plagiasi, baik isi, logika, maupun datanya, secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar sarjana yang diperoleh karenanya secara

Bintan, 30 Juni 2026

Yang menyatakan



Aldino Pratama Putra

NIM. 22612052404



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU

Kampus: Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Asri – Bintan
Telp. 0771-4442607 Fax. 07771-4442610
Website: www.stainkepri.ac.id Email: stainkepri@kemenag.go.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul : Pengaruh Literasi Digital terhadap
Keputusan Berwirausaha pada Mahasiswa
Program Studi Manajemen Bisnis Syariah
STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan
Riau
Nama : Aldino Pratama Putra
NIM : 22612052404
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Telah di munaqasyahkan pada : 23 Juli 2026

Dan dinyatakan telah di terima oleh STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang

Dr. M Taufiq, M.S.I.
NIP. 199104062019031020

Sekretaris

Wirdatul 'Aini, M.Pd.
NIP. 200005062025052010

Penguji I

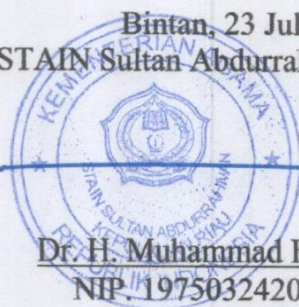
Sella Kurnia Sari, M.Sc.
NIP. 199111222018012002

Penguji II

Destia Dwi Putri, M.Sc.
NIP. 199412012020122022

Bintan, 23 Juli 2026

Ketua STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau



Dr. H. Muhammad Faisal, M.Ag.
NIP. 197503242006041005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU**

Kampus: Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Asri – Bintan
Telp. 0771-4442607 Fax. 07771-4442610

Website: www.stainkepri.ac.id Email: stainkepri@kemenag.go.id

SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aldino Pratama Putra

NIM : 22612052404

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Digital terhadap Keputusan Berwirausaha
pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah
STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau

Menyatakan bahwa skripsi ini sudah layak untuk dilanjutkan pada sidang
Munaqasyah. Diharapkan semoga skripsi tersebut dapat diterima dan dapat
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pembimbing I

Dr. Sukma Adi Perdana, M.Sc
NIDN. 0008118802

Bintan, 30 Juni 2026
Pembimbing II

Firdaus, M.H
NIDN. 2101079003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU

Kampus: Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Asri – Bintan
Telp. 0771-4442607 Fax. 07771-4442610
Website: www.stainkepri.ac.id Email: stainkepri@kemenag.go.id

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Program Studi Manajemen Bisnis Syariah
STAIN Sultan Abdurrahman
Kepulauan Riau

Assalamu'alaikum wr.wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang berjudul: “Pengaruh Literasi Digital terhadap Keputusan Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.”

Yang ditulis oleh:

Nama : Aldino Pratama Putra
NIM : 22612052404
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada program studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau untuk diujikan dalam rangka untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi.

Wassalamualaikum wr.wb.

Pembimbing I

Dr. Sukma Adi Perdana, M.Sc
NIDN. 0008118802

Bintan, 30 Juni 2026
Pembimbing II

Firdaus, M.H
NIDN. 2101079003

ABSTRAK

Aldino Pratama Putra, 22612052404 (2026). *Pengaruh Literasi Digital Terhadap Keputusan Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau*. Skripsi, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau. Pembimbing I: Dr. Sukma Adi Perdana, M.Sc Pembimbing II: Firdaus, M.H.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya literasi digital dalam mendukung pengambilan keputusan berwirausaha di kalangan mahasiswa pada era transformasi digital. Mahasiswa dituntut tidak hanya memiliki kemampuan memanfaatkan teknologi digital, tetapi juga mampu mengakses, mengevaluasi, dan menggunakan informasi secara efektif untuk mendukung kegiatan kewirausahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap keputusan berwirausaha pada mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau. Penelitian ini menggunakan landasan *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku, yang dalam penelitian ini dikaitkan dengan kemampuan literasi digital mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian berjumlah 245 mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau, dengan sampel sebanyak 71 responden yang diperoleh menggunakan teknik probability sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS)* dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh indikator telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Evaluasi model struktural menunjukkan nilai *R-Square (R²)* sebesar 0,426, yang berarti variabel literasi digital mampu menjelaskan variasi keputusan berwirausaha sebesar 42,6%, sedangkan 57,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Nilai *Effect Size (f²)* sebesar 0,741 menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh yang besar (*large effect*) terhadap keputusan berwirausaha. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai Original Sample (O) sebesar 0,652, T-Statistics sebesar 7,888, dan P-Values sebesar 0,000, sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima.

Kata Kunci: Literasi digital, keputusan berwirausaha, mahasiswa, SmartPls 4.

ABSTRACT

Aldino Pratama Putra, 22612052404 (2026). *The Influence of Digital Literacy on Entrepreneurial Decisions among Students of the Sharia Business Management Study Program at STAIN Sultan Abdurrahman Riau Islands*. Undergraduate Thesis, Sharia Business Management Study Program, State Islamic College (STAIN) Sultan Abdurrahman Riau Islands. Supervisor I: Dr. Sukma Adi Perdana, M.Sc.; Supervisor II: Firdaus, M.H.

This research is motivated by the importance of digital literacy in supporting entrepreneurial decision-making among students in the era of digital transformation. Students are required not only to possess the ability to utilize digital technology but also to access, learn from, and effectively use information to support entrepreneurial activities. This study aims to determine the influence of digital literacy on entrepreneurial decisions among students of the Sharia Business Management Study Program at STAIN Sultan Abdurrahman Riau Islands. The study is grounded in the *Theory of Planned Behavior (TPB)*, which explains that individual behavior is influenced by attitudes, *subjective norms*, and *perceived behavioral control*; in this study, these factors are linked to the students' digital literacy capabilities.

This research employs a quantitative approach using a survey method. The study population consists of 245 students from the Sharia Business Management Study Program at STAIN Sultan Abdurrahman Riau Islands, with a sample of 71 respondents selected using a probability sampling technique. Data were collected via questionnaires and analyzed using the *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS)* method with the aid of the SmartPLS 4 application.

The research results indicate that all indicators met the validity and reliability criteria. The structural model evaluation shows an *R-Square* (R^2) value of 0,426, meaning that the digital literacy variable explains 42,6% of the variation in entrepreneurial decisions, while the remaining 57,4% is influenced by variables outside the research model. An *Effect Size* (f^2) value of 0,741 indicates that digital literacy has a substantial (large) effect on entrepreneurial decisions. The hypothesis testing results show an Original Sample (O) value of 0,652, a T-Statistic of 7,888, and a P-Value of 0.000, this, it can be concluded that digital literacy has a positive and significant effect on students' entrepreneurial decisions. Consequently, the research hypothesis is accepted.

Keywords: Digital literacy, entrepreneurial decision, students, SmartPls 4.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

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 Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>Ba</i>	B	Be
ت	<i>Ta</i>	T	Te
ث	<i>Ṣa</i>	ṣ	es (dengan titik di atas)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Ḥa</i>	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	<i>Kha</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	d	De
ذ	<i>Ḍal</i>	ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	<i>Ra</i>	r	er
ز	<i>Zai</i>	z	zet
س	<i>Sin</i>	s	es
ش	<i>Syin</i>	sy	es dan ye
ص	<i>Ṣad</i>	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	<i>Ḍad</i>	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	<i>Ṭa</i>	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	<i>Ẓa</i>	ẓ	zet (dengan titik di bawah)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
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
هـ	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 Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	<i>Fathah</i>	a	a
ِ	<i>Kasrah</i>	i	i
ُ	<i>Dammah</i>	u	u

2. Vokal Rangkap

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

Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َـ	<i>Fathah dan ya</i>	ai	a dan u
ِـ	<i>Fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ *kataba*
- فَعَلَ *fa`ala*
- سئِلَ *suila*
- كَيْفَ *kaifa*
- حَوْلَ *hauila*

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut.

Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...	<i>Fathah dan alif atau ya</i>	ā	a dan garis di atas
ى...	<i>Kasrah dan ya</i>	ī	i dan garis di atas
و...	<i>Dammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ

qāla

- رَمَى

ramā

- قِيلَ

qīla

- يَقُولُ

yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ *raudah al-atfāl/raudahtul atfāl*
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ *al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah*
- طَلْحَة *talhah*

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ *nazzala*
- الْبِرُّ *al-birr*

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- | | |
|--------------|-------------------|
| - الرَّجُلُ | <i>ar-rajulu</i> |
| - الْقَلَمُ | <i>al-qalamu</i> |
| - الشَّمْسُ | <i>asy-syamsu</i> |
| - الْجَلَالُ | <i>al-jalālu</i> |

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- | | |
|-------------|-----------------|
| - تَأْخُذُ | <i>ta'khužu</i> |
| - شَيْءٌ | <i>syai'un</i> |
| - النَّوْءُ | <i>an-nau'u</i> |
| - إِنَّ | <i>inna</i> |

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ *Allaāhu gafūrun rahīm*
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا *Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an*

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.



KATA PENGANTAR



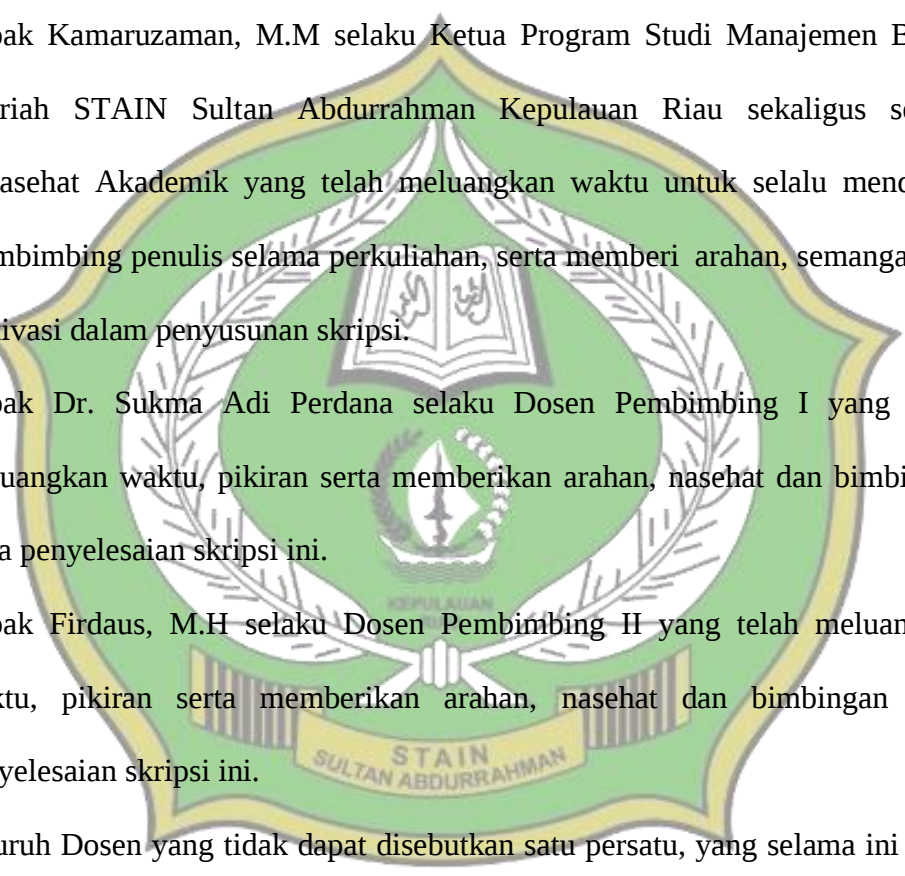
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul ***“Pengaruh Literasi Digital Terhadap Keputusan Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau”***. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Besar Muhammad SAW, sebagai uswatun hasanah bagi umat manusia.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya bimbingan, arahan, motivasi, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan ketulusan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran serta ketekunan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Faisal, M.Ag selaku Ketua STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.

3. Bapak Aris Bintania, M.Ag selaku Wakil Ketua I STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.
4. Bapak Dr. Drs. Almahfuz, M.Si selaku Wakil Ketua II STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.
5. Bapak Rahmad Budi Harto, M.M selaku Wakil Ketua III STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.
6. Bapak Kamaruzaman, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau sekaligus selaku Penasehat Akademik yang telah meluangkan waktu untuk selalu mendidik, membimbing penulis selama perkuliahan, serta memberi arahan, semangat dan motivasi dalam penyusunan skripsi.
7. Bapak Dr. Sukma Adi Perdana selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, pikiran serta memberikan arahan, nasehat dan bimbingan pada penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak Firdaus, M.H selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran serta memberikan arahan, nasehat dan bimbingan pada penyelesaian skripsi ini.
9. Seluruh Dosen yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selama ini telah mengajar materi dengan ikhlas sehingga penulis banyak mendapatkan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
10. Kepada orang tua (ayahanda Bambang Joko Marsanto dan Ibunda Syafrida Hanim) yang telah memberikan doa di setiap sholatnya, memberikan kasih sayang yang tak terhingga di setiap waktunya sehingga membuat penulis mampu



menyelesaikan pembuatan skripsi ini.

11. Kepada teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen Bisnis Syariah angkatan 4 tahun 2022.

Penulis tidak dapat membalas apa yang telah mereka berikan, semoga Allah SWT memberikan balasan dan mencatat semua itu sebagai amal perbuatan yang mendapat pahala disisi-Nya. Disamping itu pula, penulis sadari apa yang telah penulis kerjakan ini tentunya masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis berharap akan ada penelitian selanjutnya yang lebih baik, sehingga dapat memperkaya khazanah keilmuan. Semoga karya ini bermanfaat, khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi masyarakat. Aamiin.



Bintan, 30 Juni 2026

Penulis

Aldino Pratama Putra

NIM. 22612052404

MOTTO

"Kesuksesan usaha tidak hanya ditentukan oleh besarnya modal, tetapi juga oleh kemampuan memanfaatkan ilmu dan teknologi secara bijaksana."

(Business success is not only determined by the amount of capital, but also by the ability to use knowledge and technology wisely.)

"Di era digital, ilmu adalah modal, inovasi adalah peluang, dan keberanian adalah kunci berwirausaha."

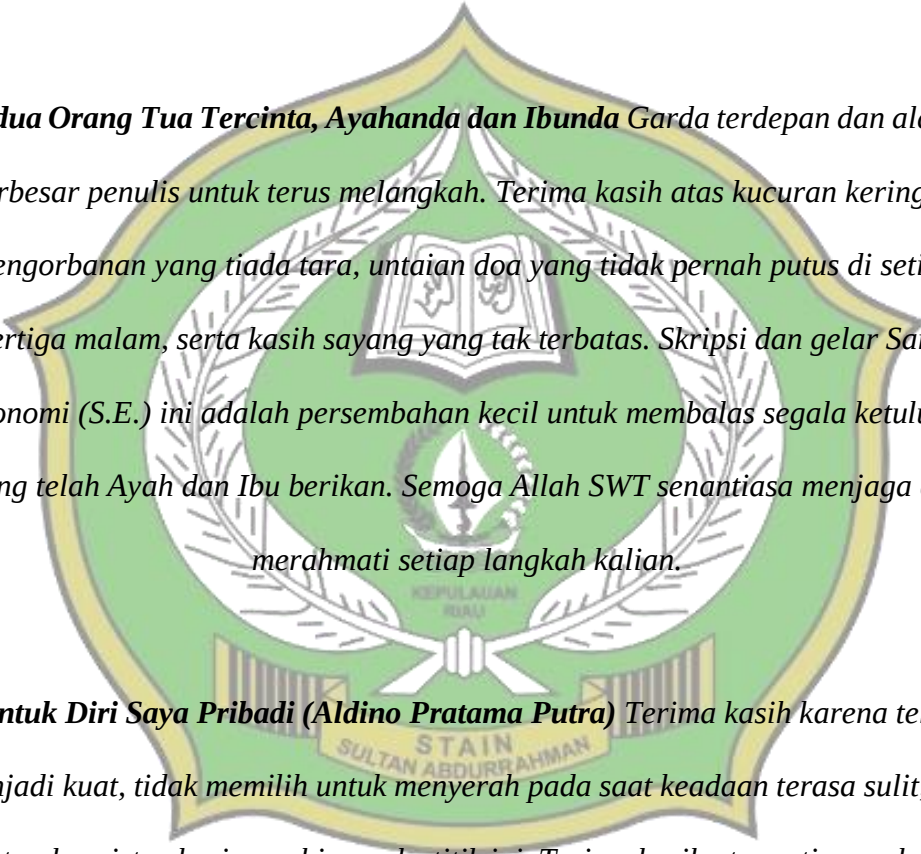
(In the digital era, knowledge is capital, innovation is opportunity, and courage is the key to entrepreneurship.)



HALAMAN PERSEMBAHAN

“Sujud syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan kekuatan yang telah Engkau berikan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Karya kecil yang sederhana ini, dengan tulus penulis persembahkan kepada orang-orang tersayang yang teramat mulia dalam hidup penulis:”



Kedua Orang Tua Tercinta, Ayahanda dan Ibunda Garda terdepan dan alasan terbesar penulis untuk terus melangkah. Terima kasih atas kucuran keringat, pengorbanan yang tiada tara, untaian doa yang tidak pernah putus di setiap sepertiga malam, serta kasih sayang yang tak terbatas. Skripsi dan gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) ini adalah persembahan kecil untuk membalas segala ketulusan yang telah Ayah dan Ibu berikan. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga dan merahmati setiap langkah kalian.

Untuk Diri Saya Pribadi (Aldino Pratama Putra) Terima kasih karena telah menjadi kuat, tidak memilih untuk menyerah pada saat keadaan terasa sulit, dan tetap konsisten berjuang hingga ke titik ini. Terima kasih atas setiap malam-malam panjang yang dilewati untuk belajar, kerja keras, tetesan keringat, serta kesabaran yang luar biasa dalam memproses dan menyelesaikan karya ini. Gelar sarjana ini adalah bukti nyata bahwa kamu mampu melampaui batas kemampuanmu sendiri dan siap melangkah ke gerbang masa depan yang lebih cerah.

Keluarga Besar dan Saudara Tercinta Terima kasih atas segala bentuk dukungan, perhatian, motivasi, serta bantuan moral maupun materiil yang selalu mengalir selama penulis menempuh masa-masa perkuliahan hingga titik akhir penyusunan karya ini.

Dosen Pembimbing Skripsi yang Terhormat Terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesabaran, bimbingan, arahan, serta ilmu yang telah dilimpahkan selama proses penyusunan skripsi ini. Tanpa ketelitian dan masukan berharga dari Bapak/Ibu, karya ilmiah ini tidak akan dapat terarah dan terselesaikan dengan baik.

Almamater Tercinta Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau, tempat penulis menempa ilmu, memperluas wawasan, dan mengukir cerita serta pengalaman berharga yang tidak akan pernah terlupakan.

Sahabat, Rekan Perjuangan, dan Teman-Teman Seangkatan Untuk seluruh teman-teman Program Studi Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2022, terima kasih atas kebersamaan, canda tawa, diskusi panjang, serta semangat saling menguatkan yang kita lalui bersama dari awal bangku perkuliahan hingga berjuang meraih gelar sarjana bersama-sama. Kalian adalah bagian dari memori terbaik dalam perjalanan ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	xvii
MOTTO	xx
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	xxi
DAFTAR ISI.....	xxiii
DAFTAR TABEL.....	xxv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
D. Kajian Terdahulu	7
E. Kerangka Teori.....	17
F. Sistematika Pembahasan.....	19
BAB II KONSEP TEORITIS DAN OPERASIONAL VARIABEL	
A. Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
B. Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
C. Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Populasi dan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
C. Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
D. Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

- A. Tinjauan Umum Lokasi**Error! Bookmark not defined.**
B. Penyajian Data.....**Error! Bookmark not defined.**
C. Analisis Data.....**Error! Bookmark not defined.**

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan.....**Error! Bookmark not defined.**
B. Saran**Error! Bookmark not defined.**

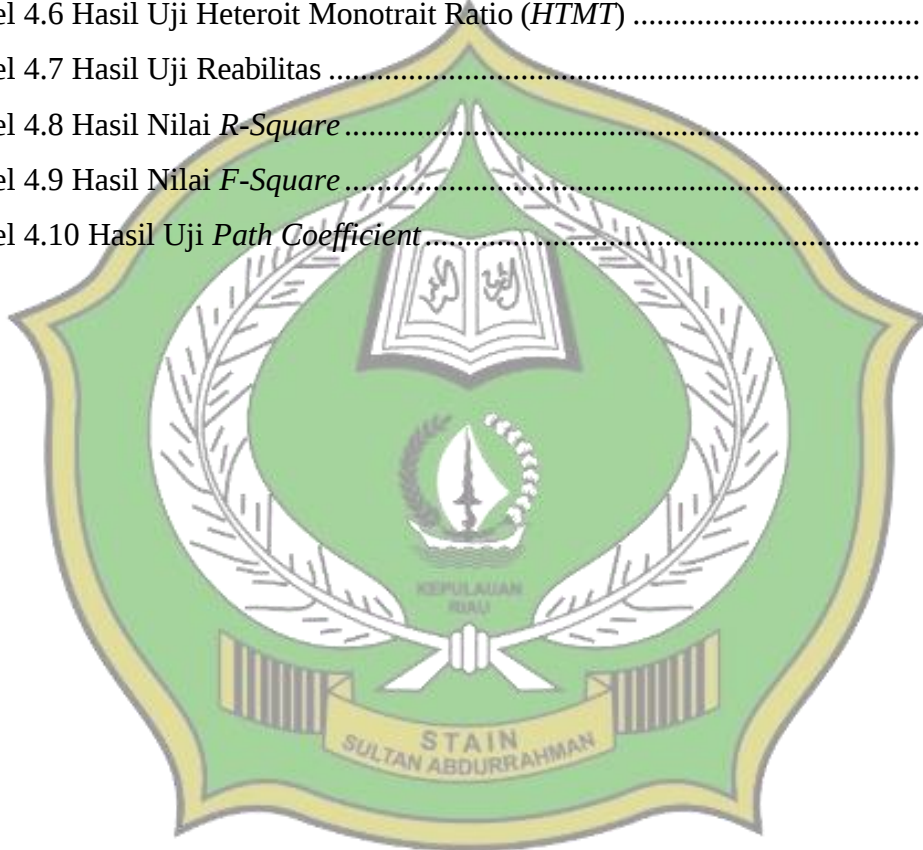
DAFTAR PUSTAKA.....71

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	45
Tabel 4.3 Hasil Uji <i>Outer Loading</i>	47
Tabel 4.4 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	49
Tabel 4.5 Uji Validitas Diskriminan (Nilai <i>Cross Loading</i>).....	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroit Monotrait Ratio (<i>HTMT</i>)	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas	54
Tabel 4.8 Hasil Nilai <i>R-Square</i>	55
Tabel 4.9 Hasil Nilai <i>F-Square</i>	57
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	58



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam lima tahun terakhir telah mengubah cara ekonomi dunia bekerja secara mendasar melalui percepatan transformasi digital yang pasti terjadi. Peristiwa ini membawa orang-orang di seluruh dunia ke tahap Society 5.0, di mana gabungan antara dunia maya dan dunia nyata menjadi dasar utama dalam setiap kegiatan yang menghasilkan, termasuk dalam bidang perdagangan dan layanan.¹ Dalam konteks ini, media sosial telah berubah dari hanya alat untuk berkomunikasi antara orang menjadi sebuah sistem ekonomi digital yang sangat rumit dan memiliki banyak fungsi. Platform seperti TikTok, Instagram, dan Facebook sekarang berfungsi sebagai dasar untuk bisnis yang memberikan akses tanpa batas kepada data pasar, cara konsumen berperilaku, dan tren dunia secara langsung.²

Bagi generasi muda, terutama bagi mahasiswa yang tumbuh di era digital, media sosial memberikan kesempatan yang lebih adil untuk berwirausaha. Dulu, banyak hambatan yang disebabkan oleh keterbatasan uang, tempat tinggal, dan aturan pasar yang ketat.³

¹ Muhammad Yusuf, "Transformasi Digital dan Evolusi Ekosistem Kewirausahaan dalam Masyarakat 5.0," *Jurnal Bisnis dan Teknologi* 12, no. 1 (2024): 22–38, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.01.005>

² Sarah Syahida, "Kekuatan Algoritma Media Sosial dalam Membentuk Niat Konsumen: Sebuah Studi Longitudinal," *Jurnal Internasional Studi Pemasaran* 15, no. 2 (2023): 102–118, <https://doi.org/10.5539/ijms.v15n2p102>.

³ Elena Kaplan, "Digital Natives and the Rise of Micro-Entrepreneurship in Southeast Asia," *Small Business Economics* 58, no. 4 (2022): 2105–2125, <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00567-w>.

Literasi digital untuk pemasaran dan menjalankan bisnis memberi kesempatan bagi mahasiswa untuk mencoba berbagai model bisnis dengan risiko uang yang cukup kecil tapi dengan jangkauan yang sangat besar.⁴ Ketergantungan yang tinggi terhadap perangkat digital ini menciptakan sebuah paradigma baru di mana literasi digital menjadi penentu utama daya saing individu di pasar kerja maupun dunia usaha.⁵

Seiring bertambahnya pengguna internet di Indonesia yang didominasi oleh kelompok usia produktif, media sosial tidak hanya dilihat sebagai tempat untuk bersenang-senang, tetapi juga sebagai faktor penting yang mempengaruhi keinginan dan tindakan seseorang untuk menjadi pengusaha digital.⁶ Oleh karena itu, sangat penting untuk mengerti bagaimana algoritma dan interaksi sosial di internet dapat mendorong pemikiran mahasiswa dalam membuat pilihan strategis saat mereka ingin membangun usaha mereka sendiri di tengah kondisi ekonomi yang tidak pasti setelah pandemi.⁷

Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (MBS) memiliki karakteristik dan tanggung jawab moral yang unik ketika menghadapi perubahan cepat dalam ekonomi digital yang sering kali melampaui batas etika. Sebagai bakal

⁴ Rina Amalia, "Model Bisnis Berisiko Rendah untuk Mahasiswa melalui Platform Media Sosial," *Pendidikan dan Pedagogi Kewirausahaan* 6, no. 1 (2023): 45–67, <https://doi.org/10.1177/25151274221100564>.

⁵ Ahmad Fauzi, "Digital Literacy as a Predictor of Entrepreneurial Success in the Post-Pandemic Era," *Journal of Innovation and Knowledge* 9, no. 2 (2024): 100451, <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100451>.

⁶ Kevin Pratama, "Internet Penetration and Youth Entrepreneurial Intentions in Indonesia," *Asian Journal of Technology Innovation* 31, no. 3 (2023): 389–410, <https://doi.org/10.1080/19761597.2023.2189045>.

⁷ David J. Hull, "Social Media Exposure and the Cognitive Process of Becoming an Entrepreneur," *Computers in Human Behavior* 145 (2023): 107758, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107758>.

profesional yang dibekali dengan integrasi ilmu manajemen modern dan prinsip-prinsip fikih muamalah, mereka diharapkan dapat menggunakan teknologi digital untuk menjalankan ekonomi yang adil.⁸ Literasi digital oleh mahasiswa MBS tidak hanya berkaitan dengan mendapatkan keuntungan atau meningkatkan kesadaran merek, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai syariah seperti shiddiq (kejujuran dalam menjelaskan produk), amanah (tanggung jawab untuk pengiriman dan kualitas), dan tabligh (keterbukaan informasi kepada pelanggan).⁹ Hal ini sejalan dengan peringatan Allah SWT dalam Surah Al-Mutaffifin ayat 1-3:¹⁰

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝ ١ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝ ٢ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝ ٣

Artinya : Celakalah orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang). (1) (Mereka adalah) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. (2) (Sebaliknya,) apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi. (3)

Ayat tersebut menegaskan bahwa dalam kewirausahaan digital, setiap pelaku usaha dilarang melakukan manipulasi informasi produk demi keuntungan sepihak. Di tengah banyaknya kasus penipuan online dan cara pemasaran yang tidak etis, mahasiswa MBS mempunyai kesempatan untuk menjadi pelopor dalam membangun lingkungan bisnis digital yang sah dan bermanfaat dengan membuat

⁸ Hania Amin dan Mohammad Mahfuzul Alam, "Social Media Marketing and Its Impact on Consumer Behavior: A Perspective from Islamic Business Ethics," *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 5 (2022): 1120–1142, <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2021-0158>.

⁹ Siti Nurhaliza, "Implementation of Shiddiq and Amanah Values in Digital Marketing: Case Study of Muslim Studentpreneurs," *Journal of Islamic Economics and Finance* 10, no. 1 (2024): 15–32, <https://doi.org/10.21098/jimf.v10i1.1567>.

¹⁰ Al-Mutaffifin (83): 1-3.

konten-konten yang edukatif dan persuasif di media sosial.¹¹ Selain itu, keputusan berwirausaha harus didasari pada upaya mencari rezeki yang *thayyib* guna mencapai *falah* (kesejahteraan dunia-akhirat), sebagaimana firman Allah SWT dalam Surah Al-Baqarah ayat 168:¹²

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ١٦٨

Artinya : “Wahai manusia,” makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata”

Literasi digital dalam perspektif syariah juga mencakup dimensi *dakwah bil hal*, di mana setiap aktivitas perniagaan yang dilakukan secara jujur di ruang publik digital menjadi cerminan dari kemuliaan ajaran Islam dalam mengatur urusan duniawi.¹³ Tantangan yang dihadapi mahasiswa saat ini adalah bagaimana menjaga integritas syariah di tengah tekanan algoritma media sosial yang seringkali lebih memihak pada konten sensasional dibandingkan konten berkualitas yang jujur.¹⁴ Selain itu, penting untuk memahami manajemen risiko syariah dalam transaksi digital, seperti keabsahan perjanjian dalam dropshipping atau pemasaran affiliate,

¹¹ Muhammad Kabir Hassan, “Halal Industry and Digital Economy: Challenges and Opportunities for the Muslim Youth,” *Islamic Economic Studies* 30, no. 2 (2023): 88–105, <https://doi.org/10.1108/IES-05-2023-0012>.

¹² Al-Baqarah (2): 168.

¹³ Faisal Wahid, “Dakwah Bil Hal melalui kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa bisnis syariah,” *Jurnal Agama dan Etika Bisnis* 7, no. 2 (2025): 44–59, <https://doi.org/10.21111/jrne.v7i2.6789>.

¹⁴ Erkan Bayrakçı, “Ethics and Algorithms: Navigating Sharia Compliance in Social Media Advertising,” *Journal of Islamic Marketing* 15, no. 4 (2024): 980–1005, <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2022-0312>.

ini menjadi hal yang sangat penting untuk diteliti sehubungan dengan efektifitas penggunaan media sosial.¹⁵

Dengan demikian, keputusan berwirausaha yang diambil oleh mahasiswa MBS harus didasarkan pada pertimbangan matang yang menggabungkan kemampuan digital yang mereka miliki dengan kepatuhan terhadap standar etika bisnis Islam guna mencapai *falah* (kesejahteraan dunia dan akhirat).¹⁶ Melalui literasi digital, mahasiswa dapat memperluas jaringan ekonomi syariah hingga ke tingkat internasional, sehingga berkontribusi langsung pada penguatan ekonomi nasional yang berbasis pada nilai-nilai luhur agama.¹⁷

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi digital memiliki peran strategis dalam mempengaruhi keputusan berwirausaha mahasiswa. Namun, tingkat literasi digital mahasiswa masih perlu ditingkatkan dan dioptimalkan agar dapat memberikan dampak yang lebih maksimal, khususnya dalam konteks kewirausahaan berbasis syariah. Oleh karena itu, penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Digital terhadap Keputusan Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau” menjadi penting untuk dilakukan guna mengetahui secara empiris

¹⁵ Ridwan Hakim, “Fiqh Muamalah Perspectives on Affiliate Marketing and Dropshipping in Social Commerce,” *International Journal of Islamic Economics* 6, no. 1 (2023): 1–18, <https://doi.org/10.20414/ijie.v6i1.5542>.

¹⁶ Nurul Huda, “Entrepreneurial Self-Efficacy and Falah Orientation among Sharia Management Students,” *Al-Iktisab: Journal of Islamic Economic Law* 8, no. 2 (2024): 150–175, <https://doi.org/10.21111/al-iktisab.v8i2.9012>.

¹⁷ Irfan Syauqi Beik, “The Contribution of Digital Sharia MSMEs to National Economic Resilience,” *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance* 11, no. 3 (2025): 412–435, <https://doi.org/10.21098/jimf.v11i3.1890>.

sejauh mana pengaruh literasi digital dalam mendorong keputusan berwirausaha mahasiswa.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalahnya adalah apakah literasi digital berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat di ketahui bahwa tujuan penelitian ini adalah mengetahui apakah literasi digital berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.

2. Kegunaan Penelitian

a. Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen bisnis syariah dan kewirausahaan digital. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai pengaruh literasi digital terhadap keputusan berwirausaha pada mahasiswa, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengetahuan teknologi digital dalam mendukung kewirausahaan berbasis syariah. Selain itu, hasil penelitian ini dapat memperkuat teori-teori yang berkaitan dengan literasi

digital, perilaku kewirausahaan, dan pengambilan keputusan dalam konteks ekonomi dan Bisnis Islam.

b. Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat bagi pengembangan kewirausahaan, khususnya dalam lingkungan akademik. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman mengenai pentingnya literasi digital dalam mendukung proses pengambilan keputusan berwirausaha. Dengan kemampuan literasi digital yang baik, mahasiswa diharapkan mampu memanfaatkan berbagai teknologi dan informasi digital secara efektif, kritis, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan kegiatan usaha. Selain itu, bagi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi dalam merancang kurikulum serta program pembelajaran yang relevan dengan perkembangan teknologi digital dan kebutuhan dunia kewirausahaan saat ini.

D. Kajian Terdahulu

Pertama, Muhammad Yusuf (2022) dalam penelitiannya yang berjudul *“Digital Entrepreneurship Intentions among Business Students: The Role of Social Media and Islamic Values”* Mengkaji bagaimana platform media sosial bertindak sebagai katalisator dalam menumbuhkan niat kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) sebagai kerangka analisis utama untuk melihat sejauh mana norma subjektif dan efikasi diri yang terbentuk di media

sosial memengaruhi keputusan akhir. Temuan menunjukkan bahwa paparan konten wirausaha secara konsisten meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa untuk memulai usaha mereka sendiri. Relevansi penelitian ini terletak pada penggunaan media sosial sebagai variabel independen utama yang secara signifikan memvalidasi bahwa interaksi digital bukan sekadar hiburan, melainkan instrumen pembelajaran organisasi yang vital. Kajian ini memberikan dasar teori yang kuat mengenai bagaimana persepsi kemudahan penggunaan platform digital memperkuat tekad mahasiswa untuk mengambil risiko bisnis. Selain itu, Yusuf menekankan bahwa dukungan lingkungan digital memberikan dampak psikologis yang lebih besar dibandingkan dukungan konvensional. Mahasiswa cenderung merasa lebih aman memulai bisnis di ruang siber karena adanya komunitas pendukung yang masif. Hal ini menjadi landasan penting bagi penelitian Anda untuk melihat sisi psikologis mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah dalam merespons peluang. Peneliti menyarankan agar institusi pendidikan lebih mengintegrasikan literasi media sosial ke dalam kurikulum kewirausahaan guna meminimalisir kegagalan bisnis di tahap awal.¹⁸

Kedua, Hania Amin dan Mohammad Mahfuzul Alam (2022) melakukan penelitian berjudul “Pemasaran Media Sosial dan Dampaknya terhadap Perilaku Konsumen: Perspektif dari Etika Bisnis Islam”. Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap perilaku konsumen dan keputusan bisnis dengan perspektif etika ekonomi Islam. Penelitian ini sangat krusial karena

¹⁸ Muhammad Yusuf, “Digital Entrepreneurship Intentions among Business Students: The Role of Social Media and Islamic Values,” *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* 28, no. 2 (2022): 412–430, <https://doi.org/10.1108/IJEBr-05-2021-0382>.

membedah bagaimana prinsip *shiddiq*, *amanah*, dan *fathanah* diimplementasikan oleh pelaku usaha muda dalam ekosistem digital yang seringkali penuh dengan asimetri informasi. Metodologi yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik wawancara mendalam kepada para wirausahawan Muslim milenial yang aktif di Instagram dan TikTok. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial yang selaras dengan nilai syariah meningkatkan loyalitas pelanggan dan kemandirian pelaku usaha dalam berekspansi. Relevansi dengan judul Anda adalah pada variabel “Manajemen Bisnis Syariah”, di mana keputusan kewirausahaan tidak hanya didorong oleh motif laba, tetapi juga oleh motif ibadah dan keberkahan. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa mahasiswa yang memiliki pemahaman syariah cenderung lebih hati-hati namun strategis dalam memanfaatkan fitur iklan di media sosial. Amin dan Alam menegaskan bahwa integritas moral menjadi nilai tawar unik (USP) bagi pebisnis syariah di tengah persaingan global yang agresif. Kajian ini membantu memperkuat argumentasi Anda mengenai mengapa mahasiswa MBS memerlukan pendekatan khusus dalam mengadopsi teknologi media sosial. Kesimpulan penelitian ini menekankan bahwa digitalisasi syariah adalah masa depan ekonomi umat yang harus dikelola dengan profesionalisme tinggi.¹⁹

Ketiga, Andika Isma et al. (2025) dalam penelitian berjudul “*Digital Literacy, Environment, and E-Commerce Use Toward Digital Entrepreneurial Intentions via Social Media among Generation Z Students*”. Penelitian ini berfokus

¹⁹ Hania Amin dan Mohammad Mahfuzul Alam, “Social Media Marketing and Its Impact on Consumer Behavior.”, hlm. 1120–1142.

pada hubungan antara tingkat literasi digital dengan kesiapan mahasiswa dalam mengambil keputusan kewirausahaan melalui pemanfaatan media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap mahasiswa Generasi Z untuk mengukur sejauh mana kemampuan digital dan penggunaan media sosial memengaruhi niat serta kesiapan mereka dalam memulai usaha. Temuan utama menunjukkan bahwa mahasiswa dengan tingkat literasi digital yang tinggi cenderung memiliki kesiapan dan intensi kewirausahaan yang lebih kuat dibandingkan dengan mereka yang memiliki kemampuan digital rendah. Hal ini dikarenakan literasi digital memungkinkan mahasiswa untuk memahami cara memanfaatkan platform media sosial sebagai sarana promosi, komunikasi, serta analisis pasar secara efektif. Selain itu, penggunaan e-commerce melalui media sosial juga terbukti menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan keberanian mahasiswa untuk mengeksekusi ide bisnis mereka. Relevansi penelitian ini terletak pada peran media sosial sebagai alat strategis yang mampu mengurangi hambatan masuk ke dalam dunia bisnis, terutama bagi mahasiswa yang memiliki keterbatasan modal. Andika Isma et al. menegaskan bahwa media sosial memberikan kemudahan akses informasi pasar, peluang usaha, serta interaksi langsung dengan konsumen tanpa memerlukan biaya besar. Dengan demikian, mahasiswa dapat melakukan riset pasar secara mandiri dan lebih percaya diri dalam mengambil keputusan kewirausahaan.²⁰

²⁰ Andika Isma, et al., "Digital Literacy, Environment, and E-Commerce Use Toward Digital Entrepreneurial Intentions via Social Media among Generation Z Students," *Quantitative Economics and Management Studies* (2025), <https://doi.org/10.35877/454RI.qems3853>.

Keempat, Ahmad Fauzi (2024) dalam penelitian berjudul “*The Effectiveness of Social Media Ads in Promoting Sharia Business*”. Meneliti tentang efektivitas media sosial dalam mendukung keberlanjutan bisnis rintisan mahasiswa ekonomi syariah. Fokus penelitian ini adalah pada penggunaan fitur iklan berbayar dan dampaknya terhadap stabilitas operasional bisnis mahasiswa. Hasilnya menunjukkan bahwa mahasiswa yang cerdas menggunakan fitur penargetan audiens di media sosial mampu mencapai titik impas (*break even point*) lebih cepat. Hal ini secara langsung memengaruhi keputusan kewirausahaan mahasiswa untuk terus melanjutkan dan membesarkan usaha mereka ketimbang mencari pekerjaan konvensional. Relevansi riset ini adalah pada sisi pragmatis-ekonomis dari media sosial yang seringkali diabaikan dalam kajian teoritis murni. Fauzi menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan mahasiswa MBS untuk bersaing secara adil dengan pemain besar karena biaya operasional yang rendah. Kajian ini membantu memperkuat tesis Anda bahwa media sosial adalah instrumen pemberdayaan ekonomi umat. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya manajemen konten yang kreatif dalam menarik pasar Gen-Z. Hasil akhirnya menegaskan bahwa media sosial adalah katalisator pertumbuhan UMKM syariah di kalangan akademisi.²¹

Kelima, Elena Kaplan (2022) dalam penelitiannya berjudul “*Digital Natives and the Rise of Micro-Entrepreneurship*”: Analisis Pasca-Pandemi” mengkaji pergeseran perilaku mahasiswa dalam mengambil keputusan bisnis selama masa transisi pasca-pandemi COVID-19. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial

²¹ Ahmad Fauzi, “The Effectiveness of Social Media Ads in Promoting Sharia Business,” *Journal of Innovation and Knowledge* 9, no. 2 (2024): 100451, <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100451>.

menjadi penyelamat ekonomi bagi mahasiswa yang ingin tetap produktif meskipun terdapat batasan fisik. Melalui analisis regresi, terbukti bahwa intensitas penggunaan media sosial sebagai alat networking berkorelasi positif dengan keberanian mahasiswa untuk meluncurkan produk baru. Bagi mahasiswa MBS, jaringan sosial digital membantu mereka membangun ekosistem bisnis yang saling mendukung (*ta'awun*). Relevansi penelitian ini terletak pada konteks waktu 5 tahun terakhir di mana ketergantungan pada media sosial mencapai titik tertingginya. Kajian ini memberikan bukti bahwa media sosial mempercepat proses pengambilan keputusan karena siklus informasi yang sangat cepat. Kaplan menekankan bahwa adaptabilitas digital mahasiswa menjadi pembeda utama antara bisnis yang bertahan dan yang gagal. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kewirausahaan digital bukan lagi pilihan, melainkan sebuah keharusan bagi lulusan bisnis modern.²²

Keenam, Kevin Pratama (2023) dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah UIN Sunan Kalijaga”. Penelitian kuantitatif ini menemukan bahwa fitur *reels* dan *stories* menjadi faktor penentu utama dalam membangun citra bisnis yang kredibel di mata konsumen. Mahasiswa MBS menggunakan platform ini untuk memvalidasi kehalalan produk secara visual kepada pelanggan. Relevansi skripsi ini sangat tinggi karena menggunakan subjek penelitian yang sama dengan rencana penelitian Anda. Pratama menemukan bahwa tantangan utama adalah manajemen waktu antara kuliah dan mengelola interaksi

²² Elena Kaplan, “Digital Natives and the Rise of Micro-Entrepreneurship., hlm. 2105.

pelanggan di media sosial. Namun, kemudahan akses pasar yang diberikan Instagram membuat mahasiswa tetap teguh pada keputusan mereka untuk berwirausaha. Kajian ini memberikan perspektif praktis mengenai dilema dan peluang nyata yang dihadapi oleh mahasiswa di lingkungan kampus Islam. Penulis menyarankan adanya inkubator bisnis di tingkat program studi untuk memfasilitasi antusiasme ini.²³

Ketujuh, Rina Amalia (2024) melakukan penelitian skripsi berjudul “Analisis Faktor Pengaruh Live Streaming TikTok terhadap Keputusan Memulai Usaha pada Mahasiswa di Jakarta”. Penelitian ini berfokus pada dampak fenomena *live streaming* di TikTok terhadap keputusan kewirausahaan mahasiswa. Penelitian kuantitatif ini menunjukkan bahwa interaksi langsung (*real-time*) dalam *live streaming* menurunkan tingkat kecemasan mahasiswa terhadap risiko tidak laku, karena mereka bisa mendapatkan respon langsung dari audiens. Faktor “kecepatan balik modal” yang ditawarkan TikTok Shop (sebelum regulasi berubah) menjadi penarik utama yang memantapkan keputusan kewirausahaan mereka. Relevansi penelitian ini adalah pada dinamika platform media sosial yang paling tren saat ini dan pengaruhnya terhadap mentalitas wirausaha muda. Amalia menemukan bahwa kreativitas dalam pembuatan konten video pendek berkorelasi positif dengan keberanian memulai usaha baru. Skripsi ini memberikan data terbaru mengenai tren perilaku ekonomi digital mahasiswa di kota-kota besar Indonesia. Penulis

²³ Kevin Pratama, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa MBS,” (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2023), <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/56789>.

menekankan bahwa mahasiswa MBS harus mampu memanfaatkan fitur-fitur ini tanpa melanggar prinsip-prinsip syariah dalam beriklan.²⁴

Berdasarkan pemetaan komprehensif terhadap penelitian-penelitian terdahulu tersebut, penelitian berjudul **“Pengaruh Literasi Digital terhadap Keputusan Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau”** memiliki beberapa perbedaan fundamental yang menjadi kontribusi kebaruan (*novelty*).

Pertama, dari sisi orientasi variabel dependen, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada aspek niat (*entrepreneurial intention*), kesiapan berwirausaha, atau minat kewirausahaan sebagaimana dilakukan oleh Muhammad Yusuf (2022), Andika Isma et al. (2025), dan Kevin Pratama (2023). Penelitian ini mengembangkan kajian tersebut dengan mengukur hingga pada tahap keputusan berwirausaha (*entrepreneurial decision*), yaitu tindakan nyata mahasiswa dalam menentukan pilihan untuk memulai, menjalankan, atau mengembangkan usaha. Fokus pada keputusan berwirausaha menjadi penting karena tidak semua individu yang memiliki minat atau niat akan benar-benar mengambil langkah konkret dalam aktivitas kewirausahaan. Dengan demikian, penelitian ini berupaya melihat sejauh mana literasi digital mampu mendorong transformasi dari pengetahuan dan niat menjadi tindakan ekonomi yang nyata.

Kedua, dari sisi konstruk variabel independen, penelitian terdahulu umumnya menempatkan media sosial sebagai variabel utama yang memengaruhi perilaku

²⁴ Rina Amalia, “Analisis Faktor Pengaruh Live Streaming Tiktok terhadap Keputusan Memulai Usaha” (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2024), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace>.

kewirausahaan mahasiswa sebagaimana ditemukan dalam penelitian Yusuf (2022), Fauzi (2024), Kaplan (2022), dan Amalia (2024). Penelitian ini menggunakan pendekatan yang berbeda dengan menjadikan literasi digital sebagai variabel independen utama. Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan menggunakan media sosial, tetapi juga kemampuan mengakses, mengevaluasi, mengelola, memahami, dan memanfaatkan informasi digital secara efektif dan bertanggung jawab. Pendekatan ini dianggap lebih komprehensif karena keputusan berwirausaha di era digital tidak hanya dipengaruhi oleh intensitas penggunaan media sosial, melainkan juga oleh kemampuan individu dalam mengelola informasi, memahami peluang pasar digital, serta mengantisipasi risiko bisnis yang muncul dalam lingkungan digital.

Ketiga, dari sisi perspektif keilmuan, penelitian ini mengintegrasikan konsep literasi digital dengan karakteristik pendidikan Manajemen Bisnis Syariah. Penelitian Amin dan Alam (2022) memang telah mengkaji pemanfaatan media sosial dalam perspektif etika bisnis Islam, namun fokusnya lebih diarahkan pada perilaku konsumen dan pelaku usaha yang telah menjalankan bisnis. Penelitian ini secara khusus menelaah bagaimana kemampuan literasi digital mahasiswa yang dibingkai oleh nilai-nilai syariah dapat memengaruhi keputusan mereka untuk berwirausaha. Dengan demikian, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara kompetensi digital dan pengambilan keputusan ekonomi yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam seperti amanah, kejujuran, tanggung jawab, dan kebermanfaatan.

Keempat, dari sisi subjek penelitian, penelitian ini secara khusus menargetkan mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau. Sebagian besar penelitian terdahulu dilakukan pada mahasiswa bisnis secara umum, mahasiswa Generasi Z, mahasiswa ekonomi syariah, atau mahasiswa di perguruan tinggi Islam lainnya. Belum terdapat penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh literasi digital terhadap keputusan berwirausaha pada mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Sultan Abdurrahman. Kekhususan subjek ini penting karena mahasiswa MBS memperoleh pembelajaran yang mengintegrasikan ilmu manajemen modern dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, sehingga memungkinkan munculnya pola pengambilan keputusan kewirausahaan yang berbeda dibandingkan kelompok mahasiswa lainnya.

Kelima, dari sisi lokasi penelitian, penelitian terdahulu umumnya dilakukan di wilayah perkotaan dan pusat-pusat ekonomi seperti Jakarta, Yogyakarta, maupun lingkungan kampus besar lainnya. Penelitian ini mengambil lokasi di STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau yang memiliki karakteristik wilayah kepulauan dan berbatasan langsung dengan negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia. Kondisi geografis tersebut menciptakan lingkungan ekonomi digital yang unik karena mahasiswa memiliki akses yang relatif luas terhadap arus informasi, peluang bisnis lintas batas, serta perkembangan teknologi digital regional. Oleh karena itu, pengaruh literasi digital terhadap keputusan berwirausaha pada mahasiswa di wilayah ini berpotensi menunjukkan karakteristik yang berbeda dibandingkan hasil penelitian di daerah lain.

Keenam, dari sisi pendekatan analisis, penelitian ini menggunakan model yang lebih sederhana dan terfokus dengan menguji pengaruh langsung literasi digital terhadap keputusan berwirausaha tanpa melibatkan variabel mediasi maupun moderasi yang kompleks. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kekuatan hubungan antara kedua variabel utama dalam konteks mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan empiris yang lebih spesifik mengenai peran literasi digital sebagai faktor pendorong keputusan berwirausaha di lingkungan perguruan tinggi Islam.

E. Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan salah satu jenis kerangka yang didalamnya menegaskan tentang teori yang dijadikan sebagai landasan serta digunakan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi.²⁵ Penelitian ini menggunakan landasan teori *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang dikemukakan oleh Icek Ajzen sebagai landasan teori untuk menjelaskan hubungan antara literasi digital dan keputusan berwirausaha pada mahasiswa.

Menurut *Theory of Planned Behavior (TPB)*, perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat (*intention*) yang terbentuk melalui tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*). Dalam konteks penelitian ini, literasi digital diharapkan memberikan kontribusi dalam membentuk

²⁵ Prof.Dr.H.M. Sidik Priadana, M.S and Denok Sunarsi S.Pd., M.M., CHt 'Metode Penelitian Kuantitatif', ed.by Della, st edn (Tangerang Pascal Book,).

ketiga komponen tersebut sehingga mendorong mahasiswa untuk mengambil keputusan berwirausaha.

1. Sikap terhadap perilaku (*Attitude toward behavior*)

Literasi digital yang baik akan membantu mahasiswa memahami peluang, manfaat, serta tantangan dalam berwirausaha di era digital. Pemahaman tersebut dapat membentuk sikap positif terhadap kegiatan berwirausaha sehingga mahasiswa lebih terdorong untuk memilih berwirausaha sebagai salah satu alternatif karier.

2. Norma subjektif (*Subjective norms*)

Literasi digital memungkinkan mahasiswa memperoleh berbagai informasi, pengalaman, dan dukungan dari lingkungan sosial melalui media digital. Hal ini dapat memengaruhi persepsi mahasiswa mengenai pandangan dan dukungan orang-orang di sekitarnya terhadap aktivitas berwirausaha.

3. Kontrol perilaku persepsian (*Perceived behavioral control*)

Literasi digital dapat meningkatkan keyakinan diri (*self-efficacy*) mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi digital untuk menjalankan usaha, seperti pemasaran digital, pengelolaan bisnis online, dan pemanfaatan platform e-commerce. Semakin tinggi kemampuan digital yang dimiliki, semakin besar pula keyakinan mahasiswa bahwa mereka mampu menjalankan usaha secara efektif.

Secara keseluruhan, alur logika penelitian ini adalah bahwa semakin tinggi tingkat literasi digital yang dimiliki mahasiswa, maka semakin besar kecenderungan mahasiswa untuk mengambil keputusan berwirausaha. Hal ini

terjadi karena mahasiswa yang memiliki literasi digital yang baik cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap kewirausahaan, memperoleh dukungan sosial yang lebih luas, serta memiliki keyakinan yang lebih tinggi terhadap kemampuannya dalam menjalankan usaha di era digital.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika penelitian ini bertujuan untuk mempermudah proses penelitian bagi peneliti dan pembaca dengan menguraikan masing-masing komponen. Berikut ini pokok pembahasan pada masing-masing bab, yaitu:

BAB I PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang Latar Belakang Masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian terdahulu, serta kerangka teori.

BAB II KONSEP TEORITIS DAN OPERASIONAL VARIABEL

Pada bab ini menjelaskan tentang Landasan Teori yang digunakan dalam penelitian seperti, pengertian, jenis, indikator yang digunakan dalam penelitian, hipotesis serta operasional variabel dalam penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang Desain Penelitian (Jenis, lokasi, subjek dan objek penelitian), populasi dan sampel, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini berisi tinjauan umum lokasi penelitian, penyajian data, dan analisis data dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran yang didapatkan dari hasil kesimpulan penelitian tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

Ajzen Icek, "The Theory of Planned Behaviour," *Organizational Behaviour and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991):.

_____, *Attitudes, Personality, and Behaviour*, 2nd ed. (Milton-Keynes: Open University Press/McGraw-Hill, 2005),.

Amalia Rina, "Analisis Faktor Pengaruh Live Streaming Tiktok terhadap Keputusan Memulai Usaha" (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2024), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace>.

_____, "Model Bisnis Berisiko Rendah untuk Mahasiswa melalui Platform Media Sosial," *Pendidikan dan Pedagogi Kewirausahaan* 6, no. 1 (2023):, <https://doi.org/10.1177/25151274221100564>.

Amin Hania dan Alam Mohammad Mahfuzul, "Social Media Marketing and Its Impact on Consumer Behavior: A Perspective from Islamic Business Ethics," *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 5 (2022):, <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2021-0158>.

Bayrakçı Erkan, "Ethics and Algorithms: Navigating Sharia Compliance in Social Media Advertising," *Journal of Islamic Marketing* 15, no. 4 (2024): 980–1005, <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2022-0312>.

Beik Irfan Syauqi, "The Contribution of Digital Sharia MSMEs to National Economic Resilience," *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance* 11, no. 3 (2025):, <https://doi.org/10.21098/jimf.v11i3.1890>.

Fauzi Ahmad dan Amalia Rina, "Entrepreneurial Intentions of Muslim Students: Social Media as a Moderating Variable," *Journal of Islamic Economics and Philanthropy* 4, no. 3 (2021): 112.

Fauzi Ahmad, "Digital Literacy as a Predictor of Entrepreneurial Success in the Post-Pandemic Era," *Journal of Innovation and Knowledge* 9, no. 2 (2024):, <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100451>.

_____, "The Effectiveness of Social Media Ads in Promoting Sharia Business," *Journal of Innovation and Knowledge* 9, no. 2 (2024):, <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100451>.

Gilster Paul, *Digital Literacy* (New York: Wiley Computer Publishing, 1997),

Gybria (2024), STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau, “Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Sultan Abdurrahman,” diakses pada 22 Juni 2026, <https://tainkepri.ac.id/>.

Hair Joseph F. Jr., G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, dan Marko Sarstedt, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 3rd ed. (Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2022),.

Hakim Ridwan, “Fiqh Muamalah Perspectives on Affiliate Marketing and Dropshipping in Social Commerce,” *International Journal of Islamic Economics* 6, no. 1 (2023):, <https://doi.org/10.20414/ijie.v6i1.5542>.

Hassan Muhammad Kabir, “Halal Industry and Digital Economy: Challenges and Opportunities for the Muslim Youth,” *Islamic Economic Studies* 30, no. 2 (2023):, <https://doi.org/10.1108/IES-05-2023-0012>.

Huda Nurul, “Entrepreneurial Self-Efficacy and Falah Orientation among Sharia Management Students,” *Al-Iktisab: Journal of Islamic Economic Law* 8, no. 2 (2024):, <https://doi.org/10.21111/al-iktisab.v8i2.9012>.

Isma Andika, et al., “Digital Literacy, Environment, and E-Commerce Use Toward Digital Entrepreneurial Intentions via Social Media among Generation Z Students,” *Quantitative Economics and Management Studies* (2025), <https://doi.org/10.35877/454RI.qems3853>.

J. Hull David, “Social Media Exposure and the Cognitive Process of Becoming an Entrepreneur,” *Computers in Human Behavior* 145 (2023): 107758, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107758>.

Kaplan Elena, “Digital Natives and the Rise of Micro-Entrepreneurship in Southeast Asia,” *Small Business Economics* 58, no. 4 (2022): 2105–2125, <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00567-w>.

_____, “The Impact of Digital Social Networks on Entrepreneurial Decisions,” *Small Business Economics* 55, no. 3 (2020):.

Ng Wan, “Can we teach digital natives digital literacy?,” *Computers & Education* 59, no. 3 (2012):.

Nurhaliza Siti, “Implementation of Shiddiq and Amanah Values in Digital Marketing: Case Study of Muslim Studentpreneurs,” *Journal of Islamic Economics and Finance* 10, no. 1 (2024):, <https://doi.org/10.21098/jimf.v10i1.1567>.

Pratama Kevin, "Internet Penetration and Youth Entrepreneurial Intentions in Indonesia," *Asian Journal of Technology Innovation* 31, no. 3 (2023); <https://doi.org/10.1080/19761597.2023.2189045>.

_____, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa MBS," (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2023), <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/56789>.

Prof.Dr.H.M. Priadana Sidik, M.S and Sunarsi Denok S.Pd., M.M., CHt 'Metode Penelitian Kuantitatif', ed.by Della, st edn (Tanggerang Pascal Book,).

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

Syahida Sarah, "Kekuatan Algoritma Media Sosial dalam Membentuk Niat Konsumen: Sebuah Studi Longitudinal," *Jurnal Internasional Studi Pemasaran* 15, no. 2 (2023); <https://doi.org/10.5539/ijms.v15n2p102>.

Wahid Faisal, "Dakwah Bil Hal melalui kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa bisnis syariah," *Jurnal Agama dan Etika Bisnis* 7, no. 2 (2025); <https://doi.org/10.21111/jrne.v7i2.6789>.

Wulandari Anna dan Mulyanto Heru, *Keputusan Pembelian Konsumen* (Bekasi: PT Kimshafi Alung Cipta, 2024),.

Yusuf Muhammad, "Digital Entrepreneurship Intentions among Business Students: The Role of Social Media and Islamic Values," *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* 28, no. 2 (2022); <https://doi.org/10.1108/IJEBr-05-2021-0382>.

Yusuf Muhammad, "Transformasi Digital dan Evolusi Ekosistem Kewirausahaan dalam Masyarakat 5.0," *Jurnal Bisnis dan Teknologi* 12, no. 1 (2024); <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.01.005>