



Penguatan Literasi Digital Mahasiswa melalui Studi Kasus Strategi Digital UMKM Kuliner dalam Perspektif Ekonomi Islam

Puji Waluyo^{1*}

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Mitra Karya

email: puji.waluyo.amd@gmail.com

Bambang Aviantono²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Mitra Karya

email: bambangviantono@gmail.com

Apri Parantoro³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Mitra Karya

email: apriparantoro01@umika.ac.id

*Korespondensi: email: puji.waluyo.amd@gmail.com

Abstrak

History Artikel:
Diterima 1 Februari 2026
Direvisi 10 Februari 2026
Diterima 15 Februari 2026
Tersedia online 23 Februari 2026

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penguatan literasi digital mahasiswa melalui pembelajaran kewirausahaan berbasis studi kasus UMKM kuliner dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus yang dilaksanakan pada mahasiswa semester V Program Studi Ekonomi Syariah STIES Mitra Karya. Data dikumpulkan melalui observasi proses pembelajaran, wawancara mendalam dengan mahasiswa dan dosen pengampu, dokumentasi konten digital yang diproduksi mahasiswa, serta refleksi tertulis. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan triangulasi sumber dan teknik untuk menjamin kredibilitas temuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis studi kasus efektif dalam meningkatkan literasi digital mahasiswa secara komprehensif. Mahasiswa mengalami peningkatan kemampuan analisis platform digital, produksi konten pemasaran halal yang transparan, serta integrasi nilai ekonomi Islam sebagai kerangka etis dalam strategi digital. Proses tersebut mendorong terbentuknya penyaringan etis berbasis nilai amanah sebelum implementasi strategi pemasaran. Selain itu, pembelajaran ini berdampak pada penguatan sikap kewirausahaan, terutama dalam aspek kepercayaan diri, kreativitas, dan kemampuan pemecahan masalah. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan model literasi digital berbasis nilai dalam pendidikan ekonomi syariah yang mengintegrasikan kompetensi teknologi dengan internalisasi moral dan spiritual di era transformasi digital.

Kata kunci:

Literasi Digital; Kewirausahaan Syariah; Studi Kasus; Ekonomi Islam; UMKM Kuliner.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dalam satu dekade terakhir telah mengubah secara fundamental pola produksi, distribusi, dan konsumsi dalam sektor ekonomi global, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner (Faizal, 2024; Ndraha et al., 2024). Digitalisasi tidak lagi sekadar menjadi pilihan strategis, tetapi telah menjadi kebutuhan mendesak bagi pelaku usaha untuk mempertahankan daya saing (Humaira, 2025; Suvianti et al., 2025). Perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada platform digital

mendorong pelaku UMKM untuk menguasai strategi pemasaran berbasis media sosial, marketplace, serta sistem pembayaran elektronik (Anggriawan et al., 2025; Lestari & Cahyono, 2025). Dalam konteks akademik, fenomena ini menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi pendidikan tinggi untuk menyiapkan sumber daya manusia yang adaptif terhadap transformasi digital (Estede et al., 2025; Rohida & Sudiantini, 2025; Wynda, 2025). Secara praktis, penguatan literasi digital menjadi krusial, khususnya dalam pendidikan kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam yang tidak hanya menekankan aspek profitabilitas, tetapi juga etika dan keberlanjutan usaha (Faqih, 2024; Kusnindar et al., 2025; Lutfi & Maftuhah, 2024).

Secara empiris, laporan Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan bahwa kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai lebih dari 60%, dengan sektor kuliner sebagai salah satu penyumbang terbesar (Aftitah & Hasanah, 2025; Janah & Tampubolon, 2024). Namun, tingkat adopsi digital UMKM masih belum merata (Sinuraya, 2020). Data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia menunjukkan peningkatan jumlah UMKM yang terdigitalisasi, tetapi sebagian besar masih berada pada tahap awal penggunaan media sosial tanpa strategi pemasaran yang terintegrasi (Mendrofa et al., 2025). Laporan tahunan dari Bank Indonesia juga menegaskan pentingnya transformasi digital UMKM sebagai bagian dari penguatan ekonomi syariah nasional (Sarizal & Syahab, 2025). Data tersebut memperkuat urgensi peningkatan literasi digital tidak hanya bagi pelaku usaha, tetapi juga bagi mahasiswa sebagai calon wirausahawan masa depan (Banjarnahor & Sari, 2023; Wibawa et al., 2023a).

Secara normatif, pendidikan tinggi diharapkan mampu menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi digital, kemampuan berpikir kritis, serta integritas moral sesuai dengan nilai-nilai Islam (Noviarini et al., 2025). Kurikulum kewirausahaan idealnya mengintegrasikan praktik bisnis riil, penggunaan teknologi digital, dan internalisasi prinsip syariah seperti kejujuran (*ṣidq*), amanah, dan keadilan (*‘adl*) (Bilqis & Afmadesikha, 2025a; Wibawa et al., 2023b). Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan masih sering didominasi pendekatan teoritis dan kurang memberikan pengalaman kontekstual berbasis kasus nyata (Bilqis & Afmadesikha, 2025b; Purwati et al., 2025). Kesenjangan antara tuntutan kompetensi digital di dunia usaha dengan praktik pembelajaran di kelas inilah yang menegaskan adanya permasalahan yang perlu dikaji secara lebih mendalam (Rustya, 2023).

Dalam penelitian ini, literasi digital dipahami sebagai kemampuan mahasiswa dalam mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan memproduksi informasi melalui teknologi digital secara kritis dan etis. Sementara itu, strategi digital UMKM kuliner mencakup pemanfaatan media sosial untuk branding, penggunaan marketplace untuk transaksi, pembuatan konten visual yang menarik, serta optimalisasi sistem pembayaran digital (Putra et al., 2025). Perspektif ekonomi Islam menjadi kerangka normatif yang menuntun praktik digital tersebut agar tetap berada dalam koridor syariah, termasuk transparansi informasi produk, kejelasan akad, serta larangan praktik manipulatif dalam promosi (Bilqis & Afmadesikha, 2025a).

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis proyek dan studi kasus efektif meningkatkan kompetensi kewirausahaan dan literasi digital mahasiswa (Purwati et al., 2025). Beberapa studi menemukan bahwa integrasi praktik bisnis riil mampu meningkatkan kreativitas, kepercayaan diri, dan kemampuan problem solving mahasiswa (Hashim et al., 2019). Di sisi lain, penelitian tentang pendidikan kewirausahaan syariah lebih banyak menekankan aspek nilai dan etika bisnis, tanpa secara spesifik mengkaji integrasi strategi digital UMKM sebagai media pembelajaran (Wiyono et al., 2025). Terdapat pula penelitian yang membahas digitalisasi UMKM, tetapi fokusnya pada pelaku usaha, bukan pada mahasiswa sebagai subjek pembelajaran (DAFA, 2025).

Meskipun demikian, masih terdapat celah penelitian yang signifikan. Studi yang mengintegrasikan literasi digital, strategi digital UMKM kuliner, dan perspektif ekonomi Islam dalam satu desain pembelajaran kontekstual masih terbatas, khususnya pada konteks perguruan tinggi berbasis syariah (Wibawa et al., 2023a). Selain itu, sebagian penelitian sebelumnya

menggunakan pendekatan kuantitatif semata tanpa menggali secara mendalam proses pembelajaran dan internalisasi nilai (Wibawa et al., 2023b). Dengan demikian, diperlukan kajian yang secara komprehensif mengeksplorasi bagaimana studi kasus UMKM digital dapat menjadi sarana penguatan literasi digital sekaligus internalisasi nilai ekonomi Islam.

Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi tiga dimensi utama, yaitu literasi digital mahasiswa, strategi digital UMKM kuliner sebagai media pembelajaran, dan perspektif ekonomi Islam sebagai kerangka normatif. Penelitian ini tidak hanya mengukur peningkatan kompetensi digital, tetapi juga menganalisis bagaimana nilai-nilai syariah diinternalisasikan dalam praktik pemasaran digital. Selain itu, konteks penelitian pada Program Studi Ekonomi Syariah STIES Mitra Karya memberikan kontribusi kontekstual yang spesifik terhadap pengembangan model pembelajaran kewirausahaan berbasis nilai Islam di perguruan tinggi.

Permasalahan penelitian ini berangkat dari pertanyaan mendasar mengenai bagaimana proses penguatan literasi digital mahasiswa dapat dilakukan secara efektif melalui studi kasus strategi digital UMKM kuliner, serta sejauh mana perspektif ekonomi Islam terintegrasi dalam strategi tersebut (Wibawa et al., 2023a). Fokus kajian diarahkan pada proses pembelajaran, pengalaman mahasiswa dalam menganalisis praktik digital UMKM, dan refleksi mereka terhadap penerapan nilai-nilai syariah dalam konteks bisnis digital (Bilqis & Afmadesikha, 2025b).

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis proses penguatan literasi digital mahasiswa melalui pendekatan studi kasus strategi digital UMKM kuliner dalam perspektif ekonomi Islam. Selain itu, penelitian ini bertujuan mengeksplorasi bentuk integrasi nilai-nilai syariah dalam praktik digital marketing yang dipelajari mahasiswa, serta mengidentifikasi implikasi pedagogis dari penerapan model pembelajaran tersebut.

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada pengembangan kajian pendidikan kewirausahaan syariah dengan memperkaya konsep literasi digital berbasis nilai Islam. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pengelola program studi, dosen, dan institusi pendidikan tinggi dalam merancang kurikulum kewirausahaan yang kontekstual, adaptif terhadap transformasi digital, dan berorientasi pada pembentukan karakter Islami. Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi strategis bagi penguatan kualitas lulusan dan kontribusi perguruan tinggi dalam mendukung ekosistem UMKM digital yang beretika dan berkelanjutan.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam proses penguatan literasi digital mahasiswa melalui studi kasus strategi digital UMKM kuliner dalam perspektif ekonomi Islam. Studi kasus digunakan untuk mengeksplorasi fenomena pembelajaran secara kontekstual, dengan fokus pada proses, pengalaman, dan refleksi mahasiswa selama mengikuti perkuliahan Kewirausahaan Syariah.

Penelitian dilaksanakan di STIES Mitra Karya pada mahasiswa semester V Program Studi Ekonomi Syariah yang mengikuti mata kuliah Kewirausahaan Syariah. Subjek penelitian dipilih secara purposive dengan pertimbangan bahwa mahasiswa telah memperoleh dasar teori kewirausahaan dan ekonomi Islam. Teknik pengumpulan data meliputi observasi terhadap proses pembelajaran dan praktik digital mahasiswa, wawancara mendalam dengan mahasiswa serta dosen pengampu, dokumentasi konten digital yang diproduksi mahasiswa, serta refleksi tertulis mahasiswa terkait pengalaman belajar

mereka. Indikator penelitian yang digunakan dalam mengukur penguatan literasi digital mahasiswa disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Indikator Penguatan Literasi Digital Mahasiswa

No	Aspek Literasi Digital	Indikator	Sumber Data
1	Kemampuan Akses Digital	Mahasiswa mampu menggunakan platform digital (Instagram, marketplace, Canva, dll.)	Observasi, Dokumentasi
2	Analisis Konten Digital	Mahasiswa mampu menganalisis strategi digital UMKM kuliner	Wawancara, Refleksi
3	Produksi Konten Digital	Mahasiswa mampu membuat konten promosi berbasis nilai Islam	Dokumentasi
4	Etika Digital Islami	Mahasiswa menerapkan prinsip kejujuran, amanah, dan transparansi	Observasi, Wawancara
5	Refleksi Kritis	Mahasiswa mampu merefleksikan pengalaman belajar	Refleksi tertulis

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis berlangsung secara simultan sejak tahap pengumpulan data hingga interpretasi akhir. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik, sehingga temuan yang dihasilkan memiliki tingkat kredibilitas dan validitas yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Adapun alur dan langkah-langkah penelitian ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Langkah-Langkah Penelitian

Hasil

Peningkatan Kemampuan Analisis Platform Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa mengalami peningkatan signifikan dalam kemampuan menganalisis karakteristik dan fungsi berbagai platform digital setelah mengikuti pembelajaran berbasis studi kasus. Berdasarkan hasil observasi selama proses diskusi kelas dan praktik digital, mahasiswa tidak lagi memandang media sosial sebagai alat promosi yang homogen, melainkan sebagai ekosistem digital dengan segmentasi, algoritma, dan karakter audiens yang berbeda.

Temuan ini diperkuat melalui wawancara mendalam yang menunjukkan adanya pergeseran cara berpikir mahasiswa dari pendekatan intuitif menuju pendekatan analitis-strategis. Mahasiswa mulai mempertimbangkan aspek segmentasi pasar, jenis produk, target usia konsumen, serta tujuan komunikasi sebelum menentukan platform yang digunakan.

Mahasiswa mampu membedakan fungsi Instagram sebagai media branding visual dan storytelling berbasis engagement, sementara marketplace dipahami sebagai kanal transaksi langsung yang menuntut kelengkapan informasi produk, transparansi harga, serta deskripsi

spesifikasi yang sistematis. Dari dokumentasi konten digital yang dikumpulkan, terlihat bahwa mahasiswa mulai menyesuaikan gaya bahasa, visual, dan struktur informasi sesuai karakteristik masing-masing platform.

Seorang mahasiswa menyampaikan:

“Awalnya kami pikir semua promosi itu sama saja, tinggal posting. Tapi setelah menganalisis UMKM, kami sadar Instagram itu kuat di visual dan engagement, sedangkan marketplace lebih fokus ke detail produk dan harga.” (Mahasiswa 3)

Refleksi tertulis mahasiswa juga menunjukkan peningkatan kesadaran strategis:

“Kami jadi memahami bahwa memilih platform itu harus sesuai target pasar. Tidak semua produk cocok dijual dengan cara yang sama.” (Refleksi Mahasiswa 8)

Dosen pengampu menegaskan:

“Mahasiswa mulai mampu mempertimbangkan segmentasi pasar sebelum memilih platform. Itu menunjukkan literasi digital mereka meningkat.” (Dosen Pengampu)

Berdasarkan analisis model interaktif Miles & Huberman (reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan), ditemukan pola berikut:



Gambar 2. Diagram Alur Pola Temuan Penelitian

Kemampuan analisis platform ini menjadi fondasi bagi tema-tema berikutnya, karena kualitas produksi konten dan integrasi nilai ekonomi Islam dalam strategi digital sangat bergantung pada ketepatan pemilihan media.

Tabel 2. Hasil Analisis Tema Peningkatan Kemampuan Analisis Platform Digital

Komponen Analisis	Temuan Utama	Sumber Data	Indikasi Peningkatan
Pemahaman Fungsi Platform	Mahasiswa mampu membedakan fungsi Instagram dan marketplace	Wawancara, Observasi	Strategi terarah lebih
Segmentasi Pasar	Mahasiswa mempertimbangkan target usia & karakter konsumen	Wawancara, Refleksi	Analisis berbasis data
Penyesuaian Konten	Gaya visual dan deskripsi disesuaikan dengan platform	Dokumentasi konten	Konten lebih sistematis
Perubahan Pola Pikir	Dari “asal posting” menjadi “strategi terencana”	Refleksi tertulis	Literasi digital meningkat

Produksi Konten Pemasaran Halal

Tema kedua menunjukkan adanya transformasi signifikan dalam cara mahasiswa memproduksi konten pemasaran digital setelah mengikuti pembelajaran berbasis studi kasus. Perubahan tidak hanya terjadi pada aspek teknis visual dan copywriting, tetapi juga pada dimensi etis dan normatif yang berlandaskan prinsip ekonomi Islam.

Berdasarkan hasil observasi selama praktik pembuatan konten, pada tahap awal mahasiswa cenderung menggunakan gaya promosi umum yang persuasif dan hiperbolik. Namun setelah melalui diskusi kelas, analisis studi kasus UMKM kuliner, serta refleksi terhadap prinsip syariah, terjadi pergeseran pendekatan menuju komunikasi yang lebih informatif, transparan, dan tidak manipulatif.

Mahasiswa mulai secara sadar mencantumkan label halal, komposisi bahan, informasi harga, serta kejelasan proses produksi sebagai bagian dari strategi komunikasi digital. Dokumentasi konten Instagram dan marketplace yang dianalisis menunjukkan bahwa caption yang digunakan lebih deskriptif dibandingkan sebelumnya, dengan penekanan pada kualitas bahan, proses higienis, dan nilai kehalalan produk.

Salah satu mahasiswa menyampaikan:

“Kami sepakat tidak menggunakan kata-kata berlebihan seperti ‘paling enak se-Indonesia’. Kami fokus menjelaskan bahan dan prosesnya supaya konsumen percaya.” (Mahasiswa 7)

Refleksi tertulis mahasiswa juga menunjukkan kesadaran etis yang semakin kuat:

“Kalau promosi terlalu dilebih-lebihkan, itu bisa menyesatkan konsumen. Kami belajar bahwa dalam Islam promosi tetap harus jujur.” (Refleksi Mahasiswa 4)

Hasil wawancara mendalam memperlihatkan bahwa mahasiswa mulai memahami konsep trust building sebagai inti strategi digital dalam perspektif syariah. Mereka menyadari bahwa keberhasilan pemasaran digital bukan hanya diukur dari engagement atau jumlah klik, tetapi dari tingkat kepercayaan konsumen.

Dosen pengampu menguatkan temuan tersebut:

“Mereka mulai memahami bahwa strategi digital dalam Islam bukan sekadar menarik perhatian, tetapi membangun kepercayaan. Ada kesadaran bahwa konten harus mencerminkan amanah.” (Dosen Pengampu)

Berdasarkan reduksi dan kategorisasi data, ditemukan pola sebagai berikut:



Gambar 3. Model Prosesual Produksi Konten Pemasaran Halal

Pola ini menunjukkan bahwa perubahan produksi konten tidak terjadi secara spontan, melainkan melalui proses reflektif yang dipengaruhi oleh integrasi literasi digital dan internalisasi nilai ekonomi Islam.

Integrasi Nilai Ekonomi Islam

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya memahami strategi digital dari aspek teknis, tetapi juga menginternalisasikannya dalam kerangka normatif berbasis nilai-nilai ekonomi Islam. Prinsip amanah, kejujuran, dan transparansi menjadi pertimbangan utama dalam penyusunan serta implementasi strategi pemasaran digital.

Mahasiswa menyadari bahwa peningkatan penjualan bukanlah satu-satunya tujuan dalam aktivitas kewirausahaan. Orientasi usaha tidak hanya berfokus pada aspek profitabilitas, tetapi juga pada keberkahan, tanggung jawab moral, dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Dengan demikian, praktik digital marketing tidak dilepaskan dari dimensi etis yang bersumber dari ajaran Islam.

Temuan ini mengindikasikan bahwa nilai-nilai Islam berfungsi sebagai kerangka etis (ethical framework) yang membimbing mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi digital. Integrasi tersebut tercermin dalam proses penyaringan konten, pemilihan diksi promosi, serta pembatasan klaim produk agar tetap sesuai dengan prinsip syariah.

Sebagaimana diungkapkan oleh salah satu informan:

“Kami jadi sadar bahwa promosi itu ada batasnya. Kalau melebihi-lebihkan, itu tidak amanah. Jadi strategi digital tetap harus sesuai prinsip syariah.” (Mahasiswa 11)

Secara konseptual, hubungan antar kategori dalam penelitian ini membentuk pola berurutan, yaitu:



Gambar 3. Model Konseptual Pembentukan Strategi Digital Berbasis Nilai Amanah

Pola tersebut menegaskan bahwa literasi digital mahasiswa tidak berdiri sendiri, melainkan terintegrasi dengan kesadaran religius sebagai fondasi pengambilan keputusan bisnis.

Penguatan Sikap Kewirausahaan

Tema terakhir menunjukkan adanya dampak signifikan pembelajaran terhadap penguatan sikap kewirausahaan mahasiswa. Melalui penerapan studi kasus dan praktik penyusunan strategi digital secara langsung, mahasiswa mengalami peningkatan kepercayaan diri, kreativitas, serta kemampuan pemecahan masalah (problem solving).

Mahasiswa tidak lagi berperan sebagai penerima materi secara pasif, tetapi aktif mengemukakan ide-ide strategis, mengevaluasi kelemahan konten yang telah diproduksi, serta melakukan perbaikan berdasarkan refleksi bersama. Pola temuan menunjukkan bahwa pengalaman praktik langsung berperan sebagai pemicu tumbuhnya entrepreneurial self-efficacy, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menjalankan aktivitas kewirausahaan.

Sebagaimana disampaikan oleh salah satu informan:

“Biasanya kami hanya belajar teori. Tapi ketika diminta benar-benar membuat strategi digital, kami jadi lebih percaya diri dan merasa siap kalau nanti punya usaha sendiri.” (Mahasiswa 5)

Hasil observasi kelas juga memperlihatkan dinamika diskusi yang aktif, munculnya berbagai alternatif solusi, serta kemampuan mahasiswa dalam merevisi strategi ketika pendekatan awal dinilai kurang efektif. Hal ini menunjukkan adanya proses pembelajaran reflektif yang mendorong kematangan berpikir dan keberanian mengambil keputusan.

Tema ini merupakan dampak akhir dari integrasi literasi digital dan nilai ekonomi Islam dalam pembelajaran. Dengan demikian, integrasi tersebut tidak hanya membentuk kompetensi teknis dan kesadaran etis, tetapi juga memperkuat sikap dan karakter kewirausahaan mahasiswa secara holistik.

Diskusi

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan studi kasus berbasis UMKM riil efektif dalam meningkatkan literasi digital mahasiswa ekonomi syariah. Secara substantif, hasil penelitian mengindikasikan bahwa pembelajaran kontekstual memungkinkan mahasiswa mengintegrasikan aspek kognitif (pemahaman strategi digital), afektif (kesadaran etis), dan psikomotorik (produksi konten dan perancangan strategi). Integrasi tersebut menjawab fokus penelitian mengenai bagaimana literasi digital dapat dikembangkan secara bermakna dalam konteks kewirausahaan syariah. Dengan demikian, literasi digital tidak dipahami semata sebagai keterampilan teknis, tetapi sebagai kompetensi reflektif yang terikat pada nilai dan tanggung jawab moral (Bilqis & Afmadesikha, 2025b).

Temuan ini menguatkan kerangka teori pembelajaran kontekstual dan experiential learning yang menekankan pentingnya pengalaman langsung dalam membentuk pemahaman yang lebih mendalam (Wiyono et al., 2025). Selain itu, hasil penelitian memperluas konsep literasi digital dalam pendidikan ekonomi syariah dengan menambahkan dimensi internalisasi nilai sebagai komponen integral, bukan pelengkap (Mendrofa et al., 2025). Integrasi perspektif ekonomi Islam menunjukkan bahwa teknologi digital dapat berfungsi sebagai instrumen yang tetap berada dalam koridor etika bisnis Islam, sehingga terjadi sintesis antara modernitas digital dan moralitas spiritual (Janah & Tampubolon, 2024). Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan model pembelajaran kewirausahaan berbasis nilai.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, hasil ini sejalan dengan studi yang menyatakan bahwa pembelajaran berbasis proyek dan studi kasus meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa (Bilqis & Afmadesikha, 2025b). Namun, penelitian ini menunjukkan diferensiasi pada aspek integrasi nilai ekonomi Islam yang belum banyak dieksplorasi dalam riset literasi digital (Wibawa et al., 2023a). Perbedaan ini kemungkinan dipengaruhi oleh konteks institusi berbasis syariah yang secara kurikulum menekankan dimensi moral dan spiritual dalam setiap mata kuliah (Sinuraya, 2020). Faktor lingkungan akademik dan kultur religius turut membentuk orientasi mahasiswa dalam memaknai praktik bisnis digital.

Secara mekanisme, proses pembentukan strategi digital berbasis ekonomi Islam berlangsung melalui tahapan yang saling terhubung: pemahaman platform digital, produksi konten, refleksi etis, dan penyaringan berdasarkan nilai amanah. Interaksi antara literasi teknis dan kesadaran normatif menghasilkan proses reflektif yang mendorong mahasiswa mengevaluasi keputusan bisnis secara kritis. Pada tahap ini terjadi integrasi antara proses kognitif (analisis strategi), proses afektif (pertimbangan moral), dan pembentukan self-efficacy kewirausahaan. Proses tersebut menunjukkan bahwa pengalaman praktik langsung berfungsi sebagai katalisator dalam pembentukan identitas kewirausahaan yang etis dan berkelanjutan.

Implikasi teoretis penelitian ini adalah perlunya rekonstruksi konsep literasi digital dalam pendidikan ekonomi syariah agar mencakup dimensi etis dan spiritual sebagai bagian inheren dari kompetensi digital. Secara praktis, institusi pendidikan tinggi dapat

mengembangkan model pembelajaran kewirausahaan berbasis studi kasus riil yang terintegrasi dengan nilai ekonomi Islam. Penelitian ini juga memiliki relevansi sosial dalam mendorong lahirnya wirausahawan muda yang adaptif terhadap perkembangan teknologi sekaligus berpegang pada prinsip amanah dan keberlanjutan usaha. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi konseptual dan aplikatif bagi pengembangan pendidikan kewirausahaan syariah di era digital.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pendekatan studi kasus berbasis UMKM riil efektif dalam meningkatkan literasi digital mahasiswa ekonomi syariah secara komprehensif. Literasi digital yang terbentuk tidak hanya mencakup kemampuan teknis dalam memahami platform dan memproduksi konten, tetapi juga melibatkan refleksi etis serta penyaringan strategi berdasarkan nilai amanah. Integrasi nilai ekonomi Islam dalam proses pembelajaran menghasilkan model pengembangan kompetensi yang menyatukan aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik secara simultan. Dengan demikian, literasi digital dalam konteks pendidikan ekonomi syariah terbukti lebih bermakna ketika dikaitkan dengan internalisasi nilai moral dan spiritual.

Selain meningkatkan kompetensi teknis dan kesadaran etis, pembelajaran ini juga berdampak pada penguatan sikap kewirausahaan mahasiswa, khususnya dalam aspek kepercayaan diri, kreativitas, dan kemampuan pemecahan masalah. Pengalaman praktik langsung mendorong terbentuknya entrepreneurial self-efficacy serta kesiapan mahasiswa dalam merancang strategi bisnis digital yang berkelanjutan. Temuan ini menegaskan pentingnya pengembangan model pembelajaran kewirausahaan syariah yang adaptif terhadap transformasi digital, namun tetap berlandaskan prinsip etika bisnis Islam sebagai fondasi utama.

Referensi

- Aftitah, F. N., & Hasanah, K. (2025). Pengaruh UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada tahun 2023. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 3(1), 32–43.
- Anggriawan, F., Pertiwi, A. D., & Dwiyarningsih, D. (2025). Peran Konsep Bisnis Digital Pada Pelaku UMKM. *An-Najah: Journal of Islamic Economics*, 1(01).
- Banjarnahor, A. R., & Sari, O. H. (2023). Meningkatkan minat berwirausaha generasi Z melalui literasi digital di era teknologi. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 132–143.
- Bilqis, A. H., & Afmadesikha, N. (2025a). Integrasi nilai syariah dalam praktik kewirausahaan Islami: Tinjauan hablumminallah dan hablumminannas. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(3), 70–78.
- Bilqis, A. H., & Afmadesikha, N. (2025b). Integrasi nilai syariah dalam praktik kewirausahaan Islami: Tinjauan hablumminallah dan hablumminannas. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(3), 70–78.
- DAFA, R. P. (2025). *PENGARUH PROGRAM KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI INDIVIDU TERHADAP NIAT KEWIRAUSAHAAN DENGAN MOTIVASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG*.

- Estede, S., Purba, A. M., Sukmana, O., Thamrin, H., Afrida, I. R., Halim, A., Ramadhanti, D., Lumbanraja, V., Sutanto, A., & Huda, T. (2025). *Manajemen Pendidikan Tinggi Era Digital*. Star Digital Publishing.
- Faizal, A. F. A.-A. (2024). ANALISIS PENERAPAN EKONOMI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) KULINER DI KECAMATAN BULUKUMPA. *Sipakainge: Inovasi Penelitian, Karya Ilmiah, Dan Pengembangan (Islamic Science)*, 2(11).
- Faqih, M. (2024). *Santripreneur: Dari pesantren menuju puncak keberhasilan*. PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Hashim, N., Othman, A., Hussin, N., & Mohamad, A. (2019). Islamic entrepreneurship education model for higher education institution. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(5 Special Issue), 511–526. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85071975275&partnerID=40&md5=ac1474c5bb7baf1939e7c34cb490c1b0>
- Humaira, N. A. (2025). Transformasi UMKM di era ekonomi digital 2025: Strategi inovatif menuju kemandirian dan daya saing global. *Jurnal Kajian Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Strategis*, 1(1 Juli), 1–10.
- Janah, U. R. N., & Tampubolon, F. R. S. (2024). Peran usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pertumbuhan ekonomi: Analisis kontribusi sektor umkm terhadap pendapatan nasional di indonesia. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 739–746.
- Kusnindar, A. A., Hidayatullah, K., & Rosidah, A. (2025). ISLAMIC KNOWLEDGE MOBILITY DALAM BISNIS: KONSEP, IMPLEMENTASI, DAN PENGUKURAN. *Penerbit Tahta Media*.
- Lestari, M. A., & Cahyono, T. D. (2025). PENGARUH MARKETPLACE, SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL, DAN STRATEGI PROMOSI TERHADAP PERTUMBUHAN PENJUALAN UMKM DI ERA EKONOMI BERBASIS PLATFORM. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(01), 221–240.
- Lutfi, L., & Maftuhah, M. (2024). TRANSFORMASI BISNIS DI ERA DIGITAL MELALUI LITERASI ENTREPRENEUR SEBAGAI PENDEKATAN ISLAMI DALAM PENDIDIKAN AGAMA ISLAM. *MUMTAZ: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 4(1), 53–67.
- Mendrofa, L., Zendrato, B., & Zai, I. (2025). Pengaruh digitalisasi pada peningkatan efisiensi operasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia tahun 2023. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan Dan Teknik*, 2(1), 100–108.
- Ndraha, A. B., Zebua, D., Zega, A., & Zebua, M. K. (2024). Dampak ekonomi digital terhadap pertumbuhan UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 27–32.
- Noviarini, T., Waluyo, P., Maslihan, M., Aviantono, B., & Lestari, H. A. S. (2025). Pelatihan Public Speaking sebagai Sarana Pengembangan Wirausaha Muda Kader PMII Kota Bekasi: Public Speaking Training as a Means of Developing Young Entrepreneurs among PMII Cadres in Bekasi City. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(8), 1916–1922.

- Purwati, A. S., Taufiq, M., Mayasari, V., & Mulasiwi, C. M. (2025). PENTINGNYA PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DI PERGURUAN TINGGI. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 27(2), 18–25.
- Putra, M., Suryana, S., Mulyadi, H., & Suwatno, S. (2025). Peran Efikasi Diri Dalam Memediasi Pendidikan Kewirausahaan, Sikap Berwirausaha Terhadap Niat Berwirausaha. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 4(12), 11922–11935.
- Rohida, L., & Sudiantini, D. (2025). Transformasi Manajemen Sumber Daya Manusia Pendidikan Tinggi Untuk Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa Di Era Artificial Intelligence. *SINERGI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(4), 2045–2055.
- Rustya, D. (2023). Pengembangan Kewirausahaan Berkelanjutan dalam Pendidikan: Pendekatan Berdasarkan Prinsip-prinsip Ekonomi Islam. *Journal Islamic Banking*, 3(2), 61–75.
- Sarizal, F., & Syahab, S. A. (2025). DINAMIKA PERBANKAN SYARIAH INDONESIA PADA PERIODE KENAIKAN SUKU BUNGA ACUAN BANK INDONESIA 2021–2024: ANALISIS KUALITATIF BERBASIS LAPORAN TAHUNAN. *Journal of Multidiscipline and Equality*, 2(2), 27–38.
- Sinuraya, J. (2020). Potensi UMKM Dalam Menyangga Perekonomian Kerakyatan di Masa Pandemi Covid-19: Sebuah Kajian Literatur. *Pros. Semin. Akad. Tah. Ilmu Ekon. Dan Stud. Pembang*, 160.
- Suvianti, E., Aprilia, T. D., Cahyati, N. A., Saputri, E., & Yunita, Y. (2025). Dinamika Struktur Pasar Dan Tantangan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 13(2), 209–218.
- Wibawa, B. M., Rai, N. G. M., Bramanti, G. W., & Baihaqi, I. (2023a). Meningkatkan daya saing pengusaha perempuan melalui pelatihan mindset kewirausahaan dan literasi digital. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3), 354–366.
- Wibawa, B. M., Rai, N. G. M., Bramanti, G. W., & Baihaqi, I. (2023b). Meningkatkan daya saing pengusaha perempuan melalui pelatihan mindset kewirausahaan dan literasi digital. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3), 354–366.
- Wiyono, B. B., Imron, A., Sumarsono, R. B., Musa, K., & Binti Mohd. Saat, R. (2025). The effect of constructivist learning and project-based learning model on students' entrepreneurial competence in higher education. *Cogent Education*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2025.2557606>
- Wynda, H. (2025). The Transformasi Pendidikan Tinggi: Mengasah Soft skills untuk Menjawab Tantangan Kerja di Era Society 5.0. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 9(1), 91–102.