

Peran Media Sosial dalam Memediasi Pengaruh Literasi Digital Terhadap Produktivitas Ekonomi Mahasiswa

Imam Mabrrur¹, Ahadiyah Agustina¹

¹Ekonomi Syariah, Universitas Muhammadiyah Mataram, Indonesia
imabrur.idn@gmail.com, ahadiyah.agustina92@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima: 28-12-2024

Disetujui: 30-01-2025

Kata Kunci:

Literasi digital,
Produktivitas ekonomi,
Media sosial,
Ekonomi digital.

Keywords:

Digital literacy,
Economic productivity,
Social media,
Digital economy.

ABSTRAK

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam memediasi pengaruh literasi digital terhadap produktivitas ekonomi mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Mataram (UMMAT). Teknik penelitian menggunakan metode kuantitatif. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner. Data diambil dengan menggunakan teknik non-probability sampling, sedangkan metode purposive sampling di gunakan untuk pemilihan sampel. Teknik Statistik Deskriptif digunakan untuk meninjau gambaran umum variabel, dan partial least square (PLS) digunakan untuk menganalisis hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap produktivitas ekonomi mahasiswa, literasi digital berpengaruh terhadap pemanfaatan media sosial dan media sosial mampu memediasi pengaruh literasi digital terhadap produktivitas ekonomi. Implikasi dari temuan ini menyoroti pentingnya meningkatkan tingkat literasi digital mahasiswa untuk mendukung inklusi digital, pemberdayaan ekonomi, dan pemberdayaan mahasiswa dalam pemanfaatan media sosial secara positif dan produktif untuk meningkatkan produktivitas ekonomi di era digital.

Abstract: Abstract: This study aims to analyze the role of social media in mediating the effect of digital literacy on the economic productivity of students of the Sharia Economics study program at Muhammadiyah Mataram University (UMMAT). The research technique uses quantitative methods. Primary data was collected through questionnaires. Data were collected using non-probability sampling techniques, while purposive sampling method was used for sample selection. Descriptive statistical techniques are used to review the general description of variables, while hypothesis analysis uses partial least square (PLS). The results showed that digital literacy affects student economic productivity, digital literacy affects social media utilization and social media is able to mediate the effect of digital literacy on economic productivity. The implications of these findings highlight the importance of increasing the level of digital literacy of students to support digital inclusion and economic empowerment, as well as empowering students to utilize social media positively and productively to increase economic productivity in the digital era.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

— — — — — ◆ — — — — —

A. LATAR BELAKANG

Revolusi Industri Keempat atau yang akrab di dengar dengan sebutan era 4.0 merupakan era yang mengubah cara manusia menggunakan teknologi di berbagai sektor kehidupan, termasuk bidang ekonomi (Koh et al., 2019). Merubah cara individu dan organisasi beroperasi dan berinteraksi (Ross & Maynard, 2021). Ditengah perkembangan pesat ini, jejaring sosial dengan cepat mempengaruhi pola hidup masyarakat, tak hanya menjadi alat komunikasi dan hiburan tetapi juga menjadi alat

untuk meningkatkan produktivitas dalam kegiatan ekonomi (Morrar et al., 2017). Media sosial merupakan situs web atau aplikasi yang digunakan untuk berbagi konten dalam jaringan sosial secara online, media sosial juga berfungsi untuk membentuk komunitas virtual di mana mereka dapat berbagi momen, berita, pesan, dan informasi dalam bentuk video maupun foto (Dover & Kelman, 2018; Kapoor et al., 2018). Istilah ini mencakup berbagai platform online, seperti Instagram, Facebook, dan X, hingga platform berbagi online seperti TikTok, dan Youtube.

Platform-platform ini kemudian berevolusi menjadi sarana penting untuk komunikasi bisnis, pemasaran, dan jaringan (Dwivedi et al., 2023). Sebab platform-platform tersebut memiliki keunggulan dalam menyediakan transmisi informasi yang cepat, hubungan langsung dengan pelanggan, dan penyediaan analisis data, yang semuanya dapat membantu bisnis meningkatkan operasi dan jangkauan pasar mereka (Andreotta et al., 2019; Maecker et al., 2016; Özkent, 2022). Sebagai hasilnya, memanfaatkan media sosial dapat meningkatkan hasil ekonomi dengan merampingkan upaya pemasaran, menurunkan biaya operasional, dan mendorong inovasi melalui jaringan kolaboratif. Selain itu, media sosial juga berperan penting dalam mempromosikan kewirausahaan dan pertumbuhan usaha kecil karena menyediakan cara yang murah untuk mengakses dan memperluas pasar dan meningkatkan produktivitas ekonomi (Bastian et al., 2023).

Produktivitas ekonomi mengacu pada seberapa efisien dan efektif individu dalam menghasilkan keuntungan dari sumber yang terbatas (Ghezelbash et al., 2024). Pada konteks era digital, hal tersebut mengacu pada kapasitas untuk menggunakan kemampuan dan sumber daya digital untuk menghasilkan nilai, baik melalui pemasaran, jaringan, pembuatan konten, atau kegiatan lain yang bermanfaat secara ekonomi (Junfeng, 2024). Di era di mana teknologi digital merasuk ke seluruh aspek kehidupan, produktivitas ekonomi menjadi semakin bergantung pada literasi digital (Nikou et al., 2022).

Literasi digital mengacu pada keterampilan seseorang untuk memahami, mengoperasikan, dan memanfaatkan data yang tersedia dalam berbagai bentuk dan format (Gilster dalam Apriyanto et al., 2021). Dalam hal ini, Mahasiswa tidak akan bisa berkompetisi secara efektif jika ia tidak memiliki keterampilan digital yang memadai dalam memanfaatkan media sosial dengan cara yang lebih produktif (Njenga, 2018). Agar dapat bersaing di pasar global dan berkontribusi dalam membangun ekonomi, mahasiswa harus memiliki literasi digital yang mumpuni, terlebih khusus Mahasiswa Ekonomi Syariah di Universitas Muhammadiyah Mataram. Salah satu bentuk literasi digital adalah literasi media (Hobbs & Jensen, 2009). Literasi media merupakan kemampuan untuk memanfaatkan, menciptakan dan mengintegrasikan media dalam berbagai format (Wuyckens et al., 2022). Literasi media digital memperluas konsep ini untuk mencakup berbagai platform digital seperti media sosial, blog, dan video online, ini juga melibatkan pemahaman tentang

bagaimana media digital dapat mempengaruhi persepsi dan interaksi sosial (Cho et al., 2024; Smith & Storrs, 2023).

Studi terdahulu menunjukkan beragam pendekatan dalam memahami peran literasi digital dan media sosial terhadap produktivitas ekonomi dan minat kewirausahaan. Penelitian oleh Khairunisa & Sabaria (2023) mengungkapkan bahwa literasi digital secara signifikan meningkatkan minat kewirausahaan digital di kalangan siswa, dengan koefisien penentuan sebesar 50,5%. Kursus literasi digital terbukti efektif dalam menumbuhkan semangat kewirausahaan siswa melalui pendekatan analisis kuantitatif terhadap 90 responden. Selanjutnya, Smith & Storrs (2023) mengeksplorasi pentingnya literasi digital dalam pendidikan sarjana melalui survei terhadap 496 mahasiswa. Hasilnya menunjukkan bahwa mahasiswa menghargai peran media sosial sebagai sarana kolaborasi dan berbagi informasi, meskipun terdapat kesenjangan antara persepsi tentang pentingnya literasi digital dan implementasinya dalam pendidikan formal.

Disisi lain Thi Loan et al. (2024) mengidentifikasi pengaruh positif media sosial terhadap niat kewirausahaan mahasiswa melalui analisis data dari 362 responden di Vietnam. Studi ini juga mencatat bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan memperkuat niat kewirausahaan, sementara risiko yang dirasakan memberikan dampak negatif. Selain itu, pengalaman siswa memoderasi pengaruh media sosial terhadap kontrol perilaku yang dirasakan. Penelitian oleh Bastian et al. (2023) menyoroiti dampak pemasaran media sosial terhadap pertumbuhan bisnis kecil. Dengan pendekatan kuantitatif-deskriptif, ditemukan bahwa 96,8% responden memanfaatkan media sosial untuk promosi, yang secara signifikan berkontribusi pada pertumbuhan bisnis kecil. Studi oleh Moca & Badulescu (2023) mengevaluasi literasi digital pada siswa sekolah menengah yang berfokus pada ekonomi. Penelitian ini menekankan pentingnya sembilan elemen literasi digital, dengan media, informasi, dan literasi visual sebagai kontributor utama. Literasi digital tidak hanya meningkatkan pemahaman siswa tetapi juga berdampak positif pada produktivitas ekonomi mereka.

Meskipun studi terdahulu menunjukkan bahwa literasi digital dan media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kewirausahaan dan produktivitas ekonomi, terdapat beberapa gap yang perlu diteliti lebih lanjut. Penelitian Khairunisa & Sabaria (2023) menyoroiti pengaruh literasi digital terhadap minat kewirausahaan, namun belum menggali lebih dalam faktor-faktor kontekstual yang mempengaruhi penerapan literasi digital di lingkungan pendidikan. Sementara itu, studi Smith & Storrs (2023) mencatat adanya kesenjangan antara persepsi pentingnya literasi digital dan penerapannya dalam pendidikan sarjana, yang menunjukkan perlunya pendekatan lebih komprehensif dalam mengintegrasikan literasi digital ke dalam kurikulum. Studi Thi Loan et al. (2024) menyarankan pengaruh media sosial terhadap niat kewirausahaan, namun belum menyentuh bagaimana interaksi antara media

sosial dan faktor lain, seperti pengalaman atau latar belakang sosial-ekonomi, dapat memoderasi dampaknya. Selain itu, meskipun Bastian et al. (2023) dan oleh Moca & Badulescu (2023) mengidentifikasi dampak positif media sosial dan literasi digital pada pertumbuhan bisnis kecil dan produktivitas ekonomi, mereka tidak menginvestigasi peran media sosial dalam konteks spesifik sektor-sektor ekonomi tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam memediasi pengaruh tingkat literasi digital mahasiswa Ekonomi Syariah, Universitas Muhammadiyah Mataram terhadap produktivitas ekonomi di era digital.

B. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan secara online (Google Form) dan offline kepada mahasiswa program studi ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Mataram. Populasi keseluruhan Program Studi Ekonomi Syariah sebanyak 147 Mahasiswa dan Sebanyak 52 sampel diperoleh dari pengumpulan data yang dilakukan dari tanggal 5-24 Mei 2024. Data sekunder bersumber dari literatur yang relevan, seperti buku, jurnal, dan studi-studi sebelumnya yang relevan dengan literasi digital, produktivitas ekonomi, dan penggunaan media sosial. Pengumpulan data dilaksanakan dengan metode *non-probability sampling* (Wiśniowski et al., 2020). Sedangkan sampel dipilih berdasarkan metodologi *purposive sampling*, dimana partisipan dipilih berdasarkan standar tertentu yang memenuhi kriteria sampel penelitian (Palinkas et al., 2015).

Data yang dikumpulkan dalam bentuk kuesioner disusun berdasarkan indikator yang berhubungan dengan variabel yang ada. Literasi digital diukur berdasarkan 4 indikator (Law et al., 2018); kompetensi teknis (1), pemahaman informasi (2), pemahaman keamanan digital (3), dan pemahaman komunikasi digital (4). Kemudian 4 indikator untuk mengukur kemampuan dalam memanfaatkan media sosial seperti; frekuensi penggunaan (1), tujuan penggunaan (2), interaksi sosial (3), dan pengelolaan identitas (4). Adapun indikator untuk mengukur variabel produktivitas ekonomi berjumlah 3 indikator yaitu; inovasi dan kreativitas (1), pengembangan usaha (2), dan efisiensi pekerjaan (3). Teknik analisis statistik deskriptif digunakan untuk meninjau gambaran umum variabel, sedangkan analisis hipotesis menggunakan metode *partial least square* (PLS). Data-data tersebut diolah dan dianalisis menggunakan software Smart PLS 4.0.1.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah Partisipan penelitian ini sebanyak 52 Mahasiswa, yang seluruhnya berasal dari program studi Ekonomi Syariah. Statistik deskriptif yang diperoleh seperti pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Hasil uji statistik deskriptif pada Variabel penelitian

No	Variabel	N	Minimum	Maksimum	Rata-Rata	Standar Deviasi
1	Literasi Digital	52	11	28	21,23	4,337
2	Produktivitas Ekonomi	52	9	28	21,56	4,771
3	Media Sosial	52	8	24	18,27	3,194

Berdasarkan data Tabel 1 di atas, partisipan berjumlah 52 sampel. Nilai minimum merupakan nilai terendah, sedangkan nilai maximum adalah nilai tertinggi dari variabel penelitian. Hasil pengklasifikasikan variabel berdasarkan nilai rata-rata dan standar deviasi menjelaskan tingkat literasi digital, produktivitas ekonomi, dan pemanfaatan media social seperti pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Tinjauan umum tingkat literasi digital, produktivitas ekonomi, dan pemanfaatan media sosial.

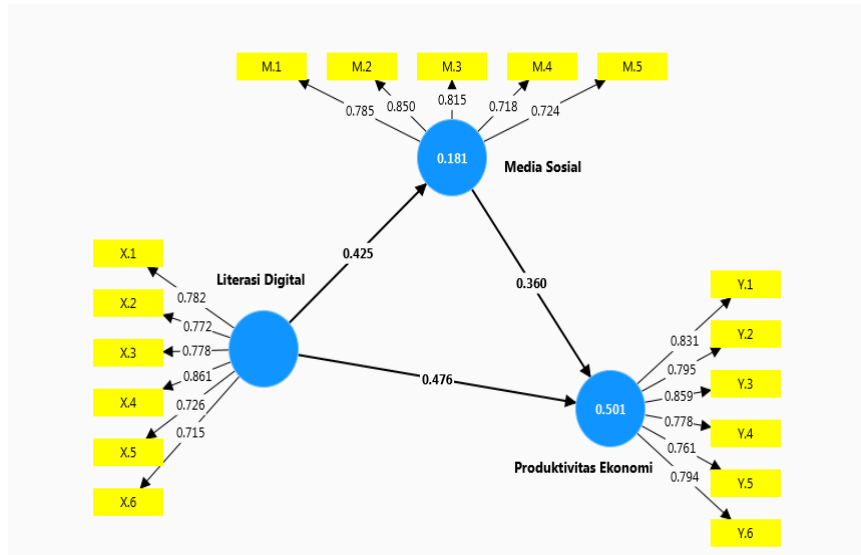
No	Variabel	Rata-Rata	Kategori
1	Literasi Digital	21,23	Sedang
2	Produktivitas Ekonomi	21,56	Sedang
3	Media Sosial	18,27	Sedang

Dari hasil uji statistik, nilai minimum variabel X adalah 11 dan nilai tertingginya adalah 28, nilai rata rata variabel X menggambarkan bahwa tingkat literasi digital Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Mataram berada pada tingkat sedang. variabel Y memiliki nilai minimum 9 dan nilai tertinggi 28, nilai rata rata Y menggambarkan bahwa tingkat Produktivitas Ekonomi Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Mataram berada pada tingkat sedang. variabel M memiliki nilai minimum 8 dan nilai tertinggi 24, nilai rata rata variabel M menggambarkan bahwa tingkat Pemanfaatan Media Sosial Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Mataram berada pada tingkat sedang.

1. Evaluasi Outer-Model

Evaluasi *outer model* berfungsi untuk mengevaluasi apakah suatu pengukuran atau tes tidak memiliki korelasi yang signifikan dengan tes lain yang dimaksudkan. Tujuan utama Uji outer-model adalah untuk melihat nilai uji validitas dan reabilitas data yang digunakan. Tes outer-model penelitian ini menggunakan pengukuran validitas konvergen dan validitas diskriminan.

Validitas Konvergen merupakan jenis pengukuran yang berfungsi untuk mengetahui nilai *loading factor*. Tes ini bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara item pengukuran individual dan variabel laten yang mendasarinya (Konstruk). Sebuah item indikator dikatakan memiliki validitas konvergen jika nilai *loading factor*-nya minimal 0,7 (Cheung et al., 2023). Seperti pada Gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Hasil pengujian outer model setelah mendrop variabel yang nilai *loading factor*-nya <0,7

Setelah analisis dilakukan, menunjukkan bahwa indikator X1 hingga X6 serta Y1, Y3 hingga Y7 valid dengan nilai *loading factor* > 0.7. Namun, indikator X7, X8, dan Y2 tidak valid dan didrop untuk uji selanjutnya, sebab nilai *loading factor*-nya < 0.7. Validitas Diskriminan merupakan jenis validitas yang berfungsi untuk mengukur apakah suatu data unik dan berbeda satu sama lain (Hair et al., 2019). Penelitian ini menggunakan pendekatan HTMT untuk mengukur validitas diskriminan antara konstruk.

Pendekatan HTMT sering digunakan untuk menentukan validitas diskriminan antara konstruk dalam model pengukuran. Pendekatan ini membandingkan data dalam variabel yang berbeda pada variabel yang sama. Tingkat HTMT sering kali dibandingkan dengan ambang batas >0,90. Jika skor HTMT < 0.90, berarti konstruk-konstruk tersebut berbeda dan memiliki validitas diskriminan yang tinggi. Jika skor HTMT ≥ 0.90, berarti konstruk-konstruk tumpang tindih atau validitas diskriminanya rendah. Perhatikan pada tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Hasil uji HTMT variabel literasi digital, produktivitas ekonomi, dan media sosial.

	Literasi Digital	Produktivitas Ekonomi	Media Sosial
Literasi Digital			
Produktivitas Ekonomi	0,461		
Media Sosial	0,687	0,626	

Hasil uji HTMT menunjukkan bahwa korelasi variabel literasi digital dan produktivitas ekonomi adalah $0,461 < 0,90$. Korelasi literasi digital dengan media sosial adalah $0,687 < 0,90$. Korelasi Media Sosial nilai HTMT adalah $0,626 < 0,90$. Berdasarkan hasil uji HTMT tersebut, konstruk-konstruk dalam sampel ini memiliki validitas diskriminan yang kuat, berarti data didalamnya unik dan berbeda, sebagaimana yang terlihat pada tabel 4 berikut.

Tabel 4. Hasil uji composite reability

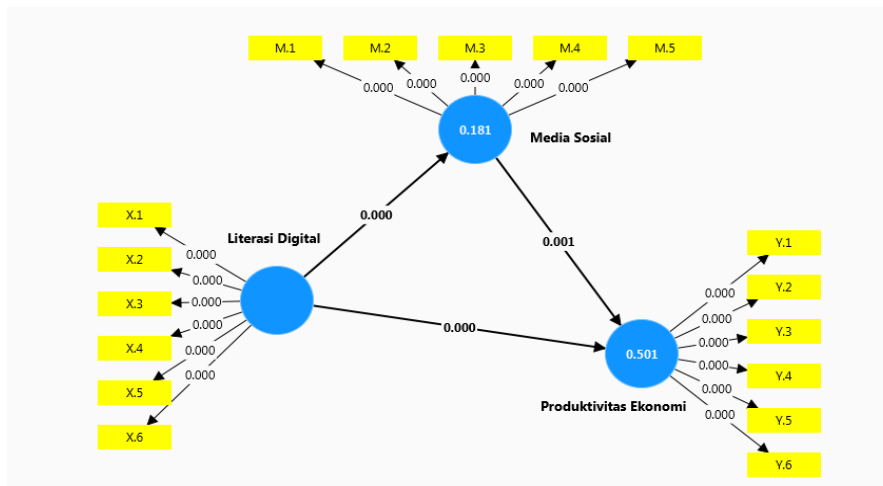
	Cronbach's Alpha	Composite Reability (rho_a)	Composite Reability (rho_c)	AVE
Literasi Digital	0,887	0,886	0,899	0,599
Produktivitas Ekonomi	0,840	0,859	0,886	0,609
Media Sosial	0,890	0,891	0,916	0,646

Selanjutnya, nilai AVE merupakan salah satu indikator untuk mengevaluasi hubungan antara indikator dengan variabel laten. Nilai AVE $> 0,5$ mengindikasikan bahwa lebih dari separuh varians konstruk dapat dijelaskan oleh indikator-indikatornya. Berdasarkan tabel nilai AVE pada Gambar 4, nilai variabel X, Y, dan M $> 0,5$. sehingga bisa dikatakan bahwa ketiga variabel mampu menjelaskan setengah dari varian dan indikator yang ada.

Composite Reability berguna untuk mengevaluasi tingkat ketergantungan indikator terhadap suatu variabel, Jika nilai *composite reability* suatu variabel $> 0,6$, maka variabel tersebut memenuhi syarat reliabilitas komposit. Nilai Cronbach alpha juga dapat membantu memperkuat uji reliabilitas. Cronbach's alpha adalah ukuran ketergantungan konsistensi internal untuk sekelompok elemen (indikator) yang membentuk sebuah konstruk (variabel). Jika skor Cronbach alpha variabel $> 0,6$ atau $> 0,7$, maka variabel tersebut dapat diandalkan (Cheung et al., 2023). Pada tabel 4, Nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha* variabel X, Y, dan M $> 0,7$. Hal ini menegaskan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang tinggi. Berarti indikator pengukur setiap konstruk konsisten dan stabil.

2. Evaluasi Inner Model

Evaluasi Inner Model bertujuan untuk menjelaskan korelasi antara variabel laten. Model ini menguji hubungan kausal yang dihipotesiskan. Sederhananya metode ini bertujuan untuk menguji kerangka teori dari suatu penelitian. Pengukuran dilakukan setelah syarat outer-model terpenuhi. Untuk mengetahui hasil uji hipotesis, maka perlu dilakukan uji bootstrapping pada model, seperti pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Hasil Output Bootstrapping

3. R² dan Path Coefficient

R-squared (R²) atau dikenal sebagai koefisien determinasi, adalah metrik model regresi yang merepresentasikan jumlah varians dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh satu atau lebih variabel independen. Jika nilai R² = 0 berarti model tidak menjelaskan varian, dan jika nilai R² = 1 menunjukkan bahwa model sepenuhnya menjelaskan varian. Adjusted R-squared adalah varian dari R² yang mempertimbangkan jumlah prediktor dalam model. Tidak seperti R² yang cenderung meningkat ketika lebih banyak variabel yang dimasukkan, adjusted R-squared mengecualikan penyertaan variabel yang tidak dibutuhkan, perhatikan pada Tabel 5 berikut.

Tabel 5. Nilai R² dan R-adjusted variabel Y dan M

	R ²	R-Adjusted
Produktivitas Ekonomi	0,181	0,164
Media Sosial	0,501	0,480

Setelah bootstrapping dilakukan, tampak nilai koefisien determinasi (R²) dan R (*adjusted*) untuk variabel Y adalah 0.501 dan 0.480, yang menunjukkan bahwa model tersebut mewakili 50,1% dari variannya. Sedangkan untuk variabel M adalah 0.181 dan 0.164, yang menunjukkan model tersebut mewakili 18,1% dari keseluruhan variannya. Nilai R² yang lebih tinggi pada variabel Y menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang lebih kuat pada variabel tersebut di banding variabel M. sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh literasi digital terhadap produktivitas ekonomi lebih signifikan daripada pengaruh literasi digital terhadap media social, sebagaimana yang terlihat pada Tabel 6 berikut.

Tabel 6. Path coefficient variabel penelitian

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values
Literasi Digital->Media Sosial	0,425	0,444	0,113	3,750	0,000
Literasi Digital->Produktivitas Ekonomi	0,476	0,483	0,101	4,719	0,000
Media Sosial->Produktivitas Ekonomi	0,360	0,360	0,108	3,315	0,001

Pada Tabel 6, hasil uji *path coefficient* menunjukkan setiap variabel memiliki skor $T_{statistic} > 1,96$, sedangkan $P\text{-value} < 0,05$. kriteria tersebut memenuhi syarat signifikansi variabel independen terhadap dependent, yang mana jika $T \text{ Statistics} > 1,96$ atau $P\text{-Value} \leq 0,05$ maka variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen, begitupun jika $T \text{ Statistics} < 1,96$ atau $P\text{-Value} > 0,05$ maka variabel independent tidak berpengaruh pada variable dependent. Hasil uji menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap produktivitas ekonomi. Begitupun dengan literasi digital yang berpengaruh terhadap media social, hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 7 berikut.

Tabel 7. Hasil uji inner-model Variabel X,Y,dan M

	Original Sample	T Statistics	P Values
Literasi Digital-> Media Sosial	0,425	3,750	0,000
Literasi Digital-> Produktivitas Ekonomi	0,628	7,880	0,000
Media Sosial->Produktivitas Ekonomi	0,360	3,315	0,001

Total effect adalah jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung sebuah variabel terhadap variabel lainnya, dengan memperhitungkan jalur langsung dan jalur yang dimediasi. Pada tabel 7, Literasi digital memiliki pengaruh yang kuat terhadap produktivitas ekonomi, hal ini bisa kita lihat dari nilai $\beta = 0,628$, dengan $T_{statistik} = 7,880 > 1,96$, dan $P\text{-Value} 0,001 > 0,050$. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa dengan tingkat literasi mumpuni akan lebih produktif secara ekonomi, sehingga H1 diterima.

Kemudian, Pengaruh literasi digital terhadap penggunaan media sosial positif dengan nilai $\beta = 0,425$, $T = 3,750 > 1,96$, dan $P\text{-value} 0,000 < 0,050$. yang menunjukkan bahwa literasi digital dapat mempengaruhi perilaku mahasiswa dalam menggunakan media sosial mereka, sehingga H2 diterima. Penggunaan media sosial juga berdampak positif terhadap produksi ekonomi hal ini bisa kita lihat pada nilai $\beta = 0,360$, dengan $T_{statistik} = 3,315 > 1,96$, dan $P\text{-value} = 0,001 > 0,050$. Hal ini menyiratkan bahwa pemanfaatan media sosial secara tepat dapat meningkatkan produktifitas ekonomi Mahasiswa. Perhatikan Tabel 8 berikut ini.

Tabel 8. *Spesific Indirect Effect* Variabel X,Y,dan M

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation(STDEV)	T Statistics	P Values
Literasi Digital->Media Sosial->Produktivitas Ekonomi	0,153	0,158	0,062	2,425	0,000

Selain itu, *specific indirect effect* antara literasi digital, media sosial, dan produktivitas ekonomi signifikan dan positif. Hal tersebut bisa dilihat pada nilai P-Value > 0,50 dan Original sampel sebesar 15,3%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa media sosial dapat memediasi pengaruh literasi digital terhadap produktivitas ekonomi. Dari hasil yang telah diperoleh, nilai direct effect dari pengaruh literasi digital terhadap produktivitas ekonomi adalah 62,8%, dan nilai indirect effect yang diperoleh dari pengaruh literasi digital terhadap produktivitas ekonomi melalui media sosial sebagai variabel intervening adalah 15,3% sehingga total effect pengaruh literasi digital terhadap produktivitas ekonomi adalah 78%.

Hasil penelitian menguatkan pendapat bahwa peningkatan literasi digital dapat secara langsung berkorelasi dengan peningkatan produktivitas ekonomi. Literasi digital dapat mempengaruhi penggunaan media sosial sebanyak 42,5%, sementara media sosial berpengaruh terhadap produktivitas ekonomi sebanyak 36%. Media sosial juga dapat memediasi pengaruh literasi digital terhadap produktivitas ekonomi. Hasil ini berkorelasi dengan penelitian terdahulu, dimana kemampuan digital yang baik dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam berbagai kegiatan ekonomi (Bisnis & Khairunisa, 2023; Junfeng, 2024). Selain itu, literasi digital juga memberikan motivasi kepada mahasiswa untuk menumbuhkan minat dalam berwirausaha (Hasanah & Setiaji, 2019).

Hal tersebut menjelaskan bahwa literasi digital tidak hanya berdampak langsung pada produktivitas ekonomi tetapi juga secara tidak langsung (Smith & Storrs, 2023). Salah satu faktor yang dapat memediasi pengaruh tersebut adalah media sosial (Bastian et al., 2023; Thi Loan et al., 2024). Literasi digital juga bisa menjadi nilai tambah tersendiri bagi mahasiswa yang lulus dari perguruan tinggi, terlebih bagi mahasiswa prodi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Mataram, jika ingin sukses dalam berkompetisi di dunia kerja yang terintegrasi dengan kemajuan teknologi. Mahasiswa dengan tingkat literasi digital yang tinggi akan memanfaatkan media sosial mereka secara positif, produktif dan menghasilkan income. Mereka juga akan memanfaatkan teknologi yang ada dengan semaksimal mungkin. mengakses informasi, berinteraksi, dan berpartisipasi dalam ekonomi digital dengan lebih baik (Sagran & Shariffadeen, 2023).

Sebagai sarana untuk mengakses, berbagi, dan memanfaatkan informasi terkait ekonomi syariah, media sosial sangat membantu meningkatkan efisiensi dan produktivitas ekonomi mahasiswa. Kemampuan mahasiswa ekonomi syariah dalam

literasi digital mempengaruhi penggunaan media sosial untuk mengembangkan jaringan profesional, mengakses peluang kerja, dan mengikuti perkembangan pasar global. Selain itu, media sosial memungkinkan kolaborasi dalam proyek berbasis syariah dan diskusi akademis, memperkaya pengalaman praktis dan mendorong inovasi. Di era digital, integrasi literasi digital dan media sosial sangat penting agar mahasiswa ekonomi syariah dapat beradaptasi dan bersaing di pasar kerja global, serta berkontribusi pada perkembangan ekonomi berkelanjutan yang sesuai dengan prinsip Syariah (Lutfi & Prihatiningrum, 2023).

Penggunaan kuesioner sebagai satu-satunya metode pengumpulan data, yang dapat mengakibatkan bias respons, dan ukuran sampel yang kecil sehingga tidak dapat digeneralisasi merupakan beberapa keterbatasan dari penelitian ini. Keterbatasan lainnya adalah tidak semua aspek literasi digital dan produktivitas ekonomi dapat diukur karena kuesioner mungkin tidak menangkap semua variabel yang terkait dengan fokus penelitian, sehingga ada aspek-aspek penting yang tidak tercakup dalam analisis dan mungkin terlewatkan.

Untuk memperkuat generalisasi temuan ini, kami menganjurkan penelitian lebih lanjut dengan variabel yang lebih luas dan heterogen. Para peneliti juga dapat melakukan studi longitudinal untuk mengevaluasi perubahan literasi digital dan dampaknya terhadap produktivitas ekonomi dari waktu ke waktu. Meningkatkan literasi digital di kalangan mahasiswa merupakan langkah penting untuk meningkatkan inklusi digital dan pemberdayaan ekonomi (Marín & Castañeda, 2022). Inklusi digital memastikan bahwa setiap orang dapat memiliki akses terhadap teknologi. Untuk menutup kesenjangan digital dan ekonomi serta menciptakan kemungkinan yang lebih besar bagi masyarakat hal ini sangat penting untuk dilakukan (Ku & Kaluge, 2023). Literasi digital juga berperan dalam menghindari masalah seperti penyebaran informasi palsu, masalah privasi, dan penggunaan media sosial untuk hal negatif dan merugikan.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis literasi digital mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah di Universitas Muhammadiyah Mataram dan seberapa besar literasi tersebut mempengaruhi pemanfaatan media sosial untuk produktivitas ekonomi. Berdasarkan hasil analisis data, disimpulkan bahwa literasi digital memiliki peran signifikan dalam mendukung produktivitas ekonomi, literasi digital berpengaruh terhadap pemanfaatan media sosial, dan media sosial memediasi pengaruh literasi digital terhadap produktivitas ekonomi. Hasil penelitian ini juga menggambarkan Tingkat literasi digital, pemanfaatan media sosial dan produktivitas ekonomi mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Mataram yang berada pada tingkatan sedang.

Merujuk pada hasil dari penelitian ini, disarankan agar Universitas Muhammadiyah Mataram terus mengembangkan program dan mata kuliah yang ditujukan untuk meningkatkan literasi digital mahasiswa. Hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan, dan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan literasi digital dan digital ekonomi. Mengajarkan Mahasiswa tentang penggunaan media sosial yang lebih bertanggung jawab serta Mendorong kolaborasi lintas bidang untuk menciptakan strategi interdisipliner juga dapat membantu meningkatkan literasi digital dan produktivitas ekonomi mahasiswa.

REFERENSI

- Andreotta, M., Nugroho, R., Hurlstone, M. J., Boschetti, F., Farrell, S., Walker, I., & Paris, C. (2019). Analyzing social media data: A mixed-methods framework combining computational and qualitative text analysis. *Behavior Research Methods*, 51(4), 1766–1781. <https://doi.org/10.3758/s13428-019-01202-8>
- Apriyanto, A., Setiawardani, W., & Yusron, E. (2021). Critical Pedagogy: The Role Of Student Digital Literacy In Understanding Critical Pedagogy. *Journal of Elementary Education*, 5(2), 1145–1156. <https://doi.org/https://doi.org/10.22460/pej.v5i2.2752>
- Bastian, J. W., Dagman, O. V., Dawagan, A. A., Francisco, R. K., Kate Lumabas, L. D., Sungaab, J. F., Dayle Sinlao, F., & Contawe, L. (2023). Impact of Social Media Marketing on Small Business Growth. *Iconic Research And Engineering Journals*, 7(1), 333–338.
- Bisnis, D., & Khairunisa, N. A. (2023). Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Digital Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong. *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 130–140. <https://doi.org/10.24269/asset.v6i2.7807>
- Cheung, G. W., Cooper-Thomas, H. D., Lau, R. S., & Wang, L. C. (2023). Reporting reliability, convergent and discriminant validity with structural equation modeling: A review and best-practice recommendations. *Asia Pacific Journal of Management*, 41, 745–783. <https://doi.org/10.1007/s10490-023-09871-y>
- Cho, H., Cannon, J., Lopez, R., & Li, W. (2024). Social media literacy: A conceptual framework. *New Media and Society*, 26(2), 941–960. <https://doi.org/10.1177/14614448211068530>
- Dover, Y., & Kelman, G. (2018). Supporting Information for: Emergence of online communities: Empirical evidence and theory. *PLoS ONE*, 13(11). <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.7152386>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Rana, N. P., & Raman, R. (2023). Social Media Adoption, Usage And Impact In Business-To-Business (B2B) Context: A State-Of-The-Art Literature Review. *Information Systems Frontiers*, 25(3), 971–993. <https://doi.org/10.1007/s10796-021-10106-y>
- Ghezlbash, A., Liu, J., Fahimifard, S. H., & Khaligh, V. (2024). Exploring the Influence of the Digital Economy on Energy, Economic, and Environmental Resilience: A Multinational Study across Varied Carbon Emission Groups. *Sustainability (Switzerland)*, 16(7), 2993. <https://doi.org/10.3390/su16072993>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hasanah, U. U., & Setiaji, K. (2019). Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri, Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Dalam E-Business. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 1–18. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v13i2.17051>
- Hobbs, R., & Jensen, A. (2009). The Past, Present, and Future of Media Literacy Education.

- Journal of Media Literacy Education*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23860/jmle-1-1-1>
- Junfeng, L. (2024). Research on the impact of digital economy on labor resource allocation: Evidence from China. *PLOS ONE*, 19(4). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0297449>
- Kapoor, K. K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., & Nerur, S. (2018). Advances in Social Media Research: Past, Present and Future. *Information Systems Frontiers*, 20(3), 531–558. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9810-y>
- Khairunisa, N. A., & Sabaria, S. (2023). Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Digital Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 4–12. <https://doi.org/10.24269/asset.v6i2.7807>
- Koh, L., Orzes, G., & Jia, F. (2019). The fourth industrial revolution (Industry 4.0): technologies disruption on operations and supply chain management. *International Journal of Operations and Production Management*, 39, 817–828. <https://doi.org/10.1108/IJOPM-08-2019-788>
- Ku, F., & Kaluge, D. (2023). Analisis Pengaruh Inklusi Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Dan Distribusi Pendapatan Di Indonesia. *Contemporary Studies in Economic, Finance, and Banking*, 2(1), 95–103. <https://doi.org/10.21776/csefb.2023.02.1.09>
- Law, N., Woo, D., Torre, J. de la, & Wong, G. (2018). *A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2* (p. 51). UNESCO Institute for Statistics.
- Lutfi, L., & Prihatiningrum, V. (2023). Social Media, Islamic Financial Literacy, And Islamic Banking Product Ownership: A Moderating Model. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 11(1), 35–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.18860/ed.v11i1.17803>
- Maecker, O., Barrot, C., & Becker, J. U. (2016). The effect of social media interactions on customer relationship management. *Business Research*, 9(1), 133–155. <https://doi.org/10.1007/s40685-016-0027-6>
- Marín, V. I., & Castañeda, L. (2022). Developing Digital Literacy for Teaching and Learning. In *Handbook of Open, Distance and Digital Education* (pp. 1–20). Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-19-0351-9_64-1
- Moca, M., & Badulescu, A. (2023). an Evaluation of Students Proficiency in Digital Literacy At Economic Subjects. *The Annals of the University of Oradea. Economic Sciences*, 3(1), 219–234. [https://doi.org/10.47535/1991auoes32\(1\)016](https://doi.org/10.47535/1991auoes32(1)016)
- Morrar, R., Arman, H., & Mousa, S. (2017). The Fourth Industrial Revolution (Industry 4.0): A Social Innovation Perspective. *Technology Innovation Management Review*, 7(11), 12–20. <https://doi.org/http://doi.org/10.22215/timreview/1117>
- Nikou, S., De Reuver, M., & Mahboob Kanafi, M. (2022). Workplace literacy skills – how information and digital literacy affect adoption of digital technology. *Journal of Documentation*, 78(7), 371–391. <https://doi.org/10.1108/JD-12-2021-0241>
- Njenga, J. K. (2018). Digital literacy: The quest of an inclusive definition. *Reading & Writing*, 9(1). <https://doi.org/10.4102/rw.v9i1.183>
- Özkent, Y. (2022). Social media usage to share information in communication journals: An analysis of social media activity and article citations. *PLoS ONE*, 17(2). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0263725>
- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful Sampling for Qualitative Data Collection and Analysis in Mixed Method Implementation Research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, 42(5), 533–544. <https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y>
- Ross, P., & Maynard, K. (2021). Towards a 4th industrial revolution. *Intelligent Buildings International*, 13(3), 159–161. <https://doi.org/10.1080/17508975.2021.1873625>

- Sagran, A. J. I. A., & Shariffadeen, T. S. A. T. M. A. (2023). Religiosity and Time Displacement: An Examination of the Effect of Social Media and Education Background on Islamic University Students' Religiosity. *Kalijaga Journal of Communication*, 5(1), 1-23. <https://doi.org/10.14421/kjc.51.01.2023>
- Smith, E. E., & Storrs, H. (2023). Digital literacies, social media, and undergraduate learning: what do students think they need to know? *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 20(1). <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00398-2>
- Thi Loan, N., Monzon Libo-on, R., Tuan Linh, T., & Nam, N. K. (2024). Does social media foster students' entrepreneurial intentions? *Cogent Business and Management*, 11(1), 1-19. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2298191>
- Wiśniowski, A., Sakshaug, J. W., Perez Ruiz, D. A., & Blom, A. G. (2020). Integrating probability and nonprobability samples for survey inference. *Journal of Survey Statistics and Methodology*, 8(1), 120-147. <https://doi.org/10.1093/jssam/smz051>
- Wuyckens, G., Landry, N., & Fastrez, P. (2022). Untangling media literacy, information literacy, and digital literacy: A systematic meta-review of core concepts in media education. *Journal of Media Literacy Education*, 14(1), 168-182. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2022-14-1-12>