



INTERNATIONAL JOURNAL OF ENTREPRENEURSHIP AND MANAGEMENT PRACTICES (IJEMP)

www.ijemp.com



KEUSAHAWANAN DIGITAL ISLAM: INSPIRASI MAHASISWA BERDAYA NIAGA

ISLAMIC DIGITAL ENTREPRENEURSHIP: INSPIRING STUDENTS TO BE BUSINESS-ABLE

Siti Khalilah Basarud-din^{1*}, Nik Safiah Nik Abdullah², Nabilah Wafa' Mohd Najib³

¹ Faculty of Muamalah and Islamic Finance, Universiti Islam Antarabangsa Tuanku Syed Sirajuddin, Malaysia
Email: khalilah@unisiraj.edu.my

² Islamic Business School, Universiti Utara Malaysia, Malaysia
Email: niksafiah@uum.edu.my

³ Faculty of Muamalah and Islamic Finance, Universiti Islam Antarabangsa Tuanku Syed Sirajuddin, Malaysia
Email: nabilahwafa@unisiraj.edu.my

* Corresponding Author

Article Info:

Article history:

Received date: 26.10.2025

Revised date: 11.11.2025

Accepted date: 18.12.2025

Published date: 31.12.2025

To cite this document:

Basarud-din, S. K., Nik Abdullah, N. S., & Mohd Najib, N. W. (2025). Keusahawanan Digital Islam: Inspirasi Mahasiswa Berdaya Niaga. *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices*, 8 (32), 367-378.

DOI: 10.35631/IJEMP.832024

This work is licensed under [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



Abstrak:

Keusahawanan digital Islam merujuk kepada sebarang aktiviti perniagaan berasaskan platform digital yang dipandu oleh nilai-nilai Islam seperti kejujuran, keadilan dan berlandaskan prinsip Syariah. Menerusi era transformasi digital Revolusi Industri 4.0, integrasi prinsip Islam perlu diterapkan dalam perniagaan secara atas talian terutamanya bagi mahasiswa yang ingin menjadi seorang usahawan yang berjaya. Kajian ini mengkaji bagaimana nilai-nilai Islam boleh diaplikasikan dalam keusahawanan digital dalam kalangan mahasiswa, peluang yang wujud dalam ekonomi digital Islam yang semakin berkembang pesat, serta cabaran semasa yang perlu diatasi. Kajian ini juga mengemukakan cadangan praktikal bagi membantu mahasiswa merealisasikan aspirasi perniagaan digital yang beretika dan mampan menurut acuan Islam. Kajian ini diharapkan dapat menyumbang kepada pemahaman yang lebih mendalam tentang keusahawanan digital berteraskan Islam sebagai landasan kerjaya bagi generasi mahasiswa masa kini.

Kata Kunci:

Keusahawanan Islam, Digital, Mahasiswa, Syariah, Teknologi

Abstract:

Islamic digital entrepreneurship refers to business activities conducted through digital platforms that are guided by Islamic values such as honesty, fairness, and adherence to Shariah principles. In line with the digital transformation era of the Fourth Industrial Revolution (IR 4.0), the integration of Islamic principles into online business practices is essential particularly for university students who aspire to become successful entrepreneurs. This study examines how Islamic values can be applied in digital entrepreneurship among university students, the emerging opportunities within the rapidly growing Islamic digital economy, as well as the current challenges that must be addressed to ensure compliance with Shariah principles. In addition, this study proposes practical recommendations to assist students in realising their aspirations of developing ethical and sustainable digital businesses grounded in Islamic principles. It is hoped that the findings of this study will contribute to a more comprehensive understanding of Islamic-based digital entrepreneurship as a viable career pathway for the current generation of university students.

Keywords:

Islamic Entrepreneurship, Digital, University Students, Shariah, Technology

Pengenalan

Perkembangan pesat teknologi maklumat dan komunikasi telah mengubah keusahawanan global. Dunia kini berada dalam era ekonomi digital yang menawarkan peluang yang luas kepada usahawan untuk memanfaatkan platform atas talian dan aplikasi pintar bagi menjalankan perniagaan merentas sempadan (Rahmayanti, Wardiyanta & Ikawati, 2023). Revolusi Industri 4.0 menyaksikan gelombang digitalisasi yang merangkumi e-dagang, media sosial, kecerdasan buatan dan *fintech* yang semuanya membuka ruang inovasi kepada generasi muda. Bagi graduan dan mahasiswa, kecekapan dalam teknologi digital menjadi satu keperluan baharu untuk meningkatkan kebolehpasaran dan mencipta peluang kerjaya sendiri dalam ekonomi masa kini (Astro Awani, 2023). Keusahawanan digital telah muncul sebagai fenomena yang memayungi transformasi model perniagaan tradisional kepada ekonomi berasaskan pengetahuan dan rangkaian atas talian. Dengan modal permulaan yang rendah serta fleksibiliti bekerja secara dalam talian, usahawan digital muda mampu menjana pendapatan tanpa perlu bergantung kepada pekerjaan konvensional semata-mata (Astro Awani, 2023). Menurut Malaysia Digital Economy Corporation (MDEC), nilai pelaburan digital negara meningkat secara ketara daripada RM46.8 bilion pada tahun 2023 kepada RM163.6 bilion pada tahun 2024 (MDEC, 2024). Pertumbuhan yang pesat ini menunjukkan ekosistem digital Malaysia sedang berkembang secara agresif dan menyediakan ruang yang signifikan kepada mahasiswa untuk terlibat dalam keusahawanan berasaskan teknologi, termasuk dalam sektor keusahawanan digital Islam.

Dalam Islam, bidang keusahawanan mempunyai kedudukan istimewa sebagai salah satu punca rezeki yang digalakkan. Malahan, Islam menganggap aktiviti perniagaan yang dijalankan mengikut prinsip Syariah sebagai tuntutan fardu kifayah, iaitu kewajipan kolektif umat Islam untuk memenuhi keperluan ekonomi masyarakat (Mohamad, Ishak & Rashid, 2019). Dalam keusahawanan Islam, segala aktiviti perniagaan hendaklah berlandaskan kejujuran amanah dan keadilan sejajar dengan tuntutan al-Quran dan Sunnah (Abd Hamid & Yunus, 2020). Al-Quran secara jelas menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba sebagai panduan asas etika

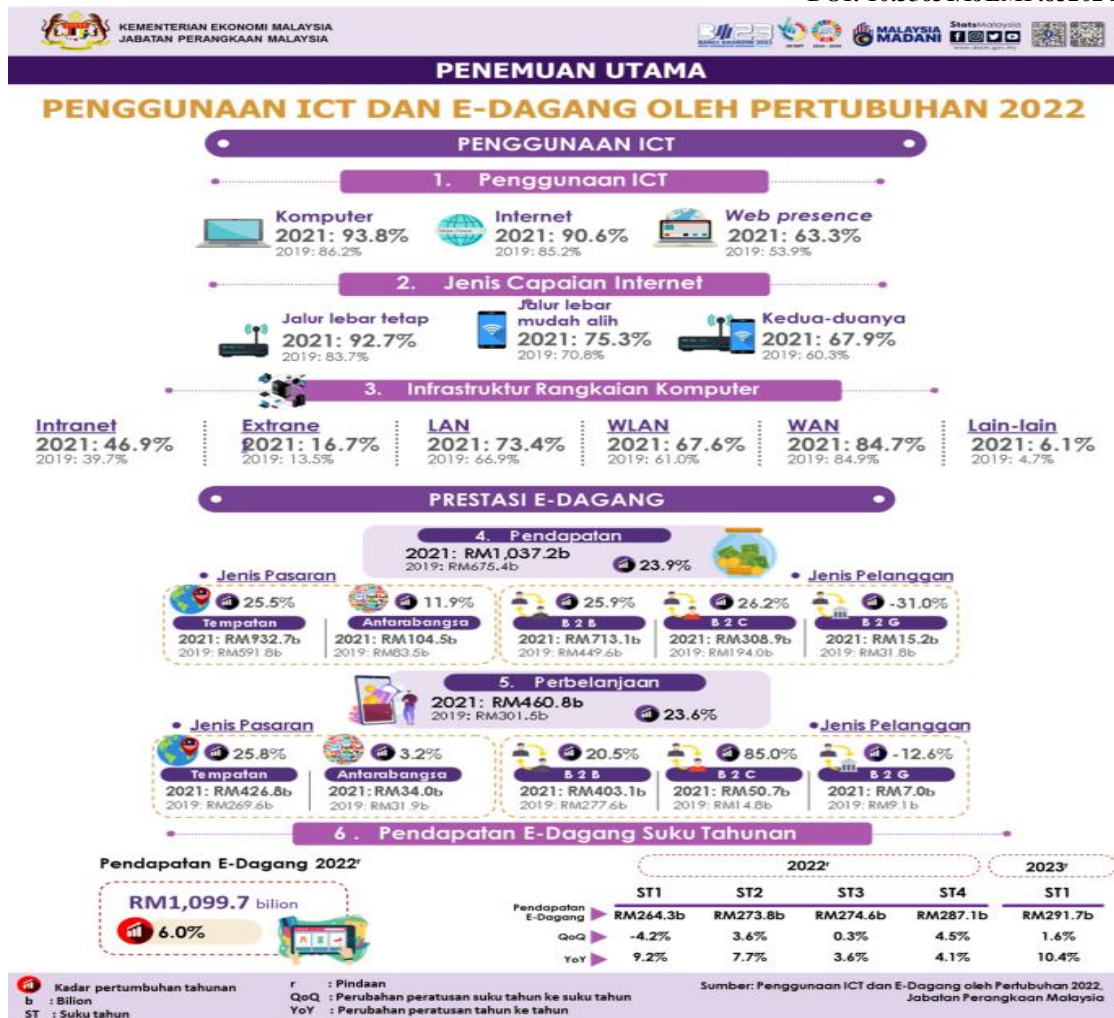
perniagaan. Justeru, integrasi nilai Islam dalam keusahawanan bukan sahaja merangkumi aspek moral, tetapi juga satu kerangka penting dalam memastikan perniagaan membawa keberkatan dan manfaat sosial.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”

(al-Baqarah: 275)

Mahasiswa Muslim masa kini perlu berhadapan dengan perubahan teknologi digital yang semakin bergerak pantas dan perlu seiring dengan nilai Islam yang kekal relevan sepanjang zaman. Aspirasi mereka untuk menceburi dunia perniagaan sendiri semakin meningkat seiring dengan pendedahan kepada ilmu keusahawanan pada peringkat universiti mahupun di dalam media maya (Ismail, Buang & Othman, 2021). Di Malaysia, pendidikan keusahawanan giat diperkasakan di peringkat institusi pengajian tinggi selaras dengan seruan kerajaan untuk melahirkan lebih ramai usahawan muda (Astro Awani, 2024). Kewujudan kursus seperti Asas Keusahawanan di universiti dan program bimbingan perniagaan memberi pendedahan awal kepada pelajar. Selain itu, literasi digital dan akses ICT yang tinggi dalam kalangan generasi muda mendedahkan mereka kepada pengetahuan perniagaan secara online di alam maya. Rajah 1 menunjukkan bahawa pendapatan e-dagang oleh pertubuhan di Malaysia mencatatkan pertumbuhan ketara 10.4 peratus tahun-ke-tahun pada suku tahun pertama 2023 untuk mencapai RM291.7 bilion dipacu oleh sektor pembuatan dan perkhidmatan. Pada tahun 2022, pendapatan e-dagang merekodkan RM1,099.7 bilion, meningkat 6.0 peratus berbanding dengan tahun sebelumnya. Seiring dengan perkembangan pesat dunia digital, namun masih menjadi persoalan tentang bagaimana mahasiswa dapat mengintegrasikan nilai-nilai murni Islam yang boleh diaplikasikan dalam dunia perniagaan digital yang kompetitif.



Rajah 1: Pertubuhan ICT Dan E-Dagang Oleh Pertubuhan 2022

Sumber: Malaysia Gazette (2023)

Dapatan Kajian dan Perbincangan

Konsep Keusahawanan Digital

Keusahawanan digital didefinisikan sebagai aktiviti keusahawanan yang memanfaatkan teknologi digital dan platform internet dalam merancang, melaksana dan mengurus perniagaan. Seorang usahawan digital perlu cekap dalam penggunaan teknologi maklumat, media baharu, aplikasi e-dagang untuk mencipta model perniagaan yang inovatif (Rahmayanti, Wardiyanta & Ikawati, 2023). Keusahawanan digital muncul seiring perkembangan pesat ICT, yakni kemajuan jaringan internet, media sosial dan ekonomi platform membolehkan usahawan mengakses pasaran yang lebih luas dengan kos lebih rendah berbanding perniagaan secara konvensional (Pakianathan, Roslam, Ghapar & Sulaiman, 2023) (Rujuk Rajah 2). Era digital memberi peluang dan juga cabaran baharu kepada usahawan. Model perniagaan tradisional kini diganti dengan model berasaskan idea, kreativiti dan perisian teknologi. Kelebihan utamanya termasuk jangkauan pasaran global 24/7, automasi tugas dan penggunaan data raya untuk memahami kehendak pengguna. Sebaliknya, usahawan perlu sentiasa mengikuti perkembangan teknologi terkini agar tidak ketinggalan. Menurut Ismail (2020), keusahawanan

digital merupakan fenomena yang lahir daripada evolusi teknologi maklumat yang mengubah cara perniagaan dijalankan. Justeru, dalam konteks mahasiswa, penguasaan literasi digital terbukti meningkatkan kecenderungan mereka untuk menceburi kerjaya keusahawanan (Harisfathillah & Tambi, 2023). Hal ini menunjukkan bahawa kemahiran digital merupakan aset kritikal bagi usahawan muda.



Rajah 2: Peratusan Kategori Pengguna Produk E-Dagang Pada Tahun 2024

Sumber: Meltwater (2024)

Konsep Keusahawanan Islam

Keusahawanan Islam merujuk kepada kegiatan keusahawanan yang didorong oleh nilai-nilai dan etika Islam, termasuk pematuhan prinsip Syariah dalam semua aspek perniagaan (Hosen, 2023). Keusahawanan Islam menekankan prinsip bahawa perniagaan bukan sekadar mencari keuntungan duniawi, tetapi suatu ibadah dan tanggungjawab sosial untuk kemaslahatan umat (Yasmeen, 2024). Islam melihat usahawan sebagai agen perubahan dan dakwah melalui akhlak perniagaan yang terpuji. Ciri-ciri keusahawanan Islam meliputi kejujuran, amanah, tidak menipu dalam timbangan, menunaikan janji serta mengelakkan unsur haram dan syubhah dalam muamalah (Rujuk Rajah 3). Menurut Nadzri dan Yaacob (2019) seorang usahawan yang berjaya bukan sahaja perlu mempunyai sifat-sifat akhlak yang telah digariskan dalam al-Quran tetapi perlu mengetahui matlamat atau tujuan hidup mereka di dunia ini. Hal ini dikatakan demikian kerana, tujuan hidup manusia bukanlah semata-mata untuk memperoleh keuntungan dunia semata tetapi peranan yang lebih besar adalah keuntungan untuk kehidupan mereka yang lebih hakiki iaitu di akhirat kelak sebagaimana yang digariskan di dalam al-Quran.

Islam juga menggalakkan aktiviti perniagaan dan menyanjungi sifat berani mengambil risiko secara beretika dan inovatif. Malah, keuntungan yang diperoleh secara beretika selari dengan prinsip Syariah adalah halal di sisi Islam. Hal ini dikatakan demikian kerana, selari dengan konsep etika kerja Islam yang melihat kerja dan berniaga sebagai suatu ibadah dan amanah (Sinar Harian, 2024). Kajian oleh Widana dan Ramadhani (2024) terhadap pelajar Indonesia mendapati etika kerja Islam berperanan secara signifikan dalam membentuk niat

keusahawanan mereka. Kajian tersebut membuktikan bahawa etika kerja Islam menyokong semangat keusahawanan dengan menanam sikap berdikari, rajin dan berfikiran terbuka terhadap peluang pekerjaan. Keusahawanan Islam membawa dimensi spiritual ke dalam dunia perniagaan dengan menekankan keseimbangan antara matlamat dunia dan akhirat.



Rajah 3: Ciri-Ciri Keusahawanan Islam Yang Berjaya

Sumber: Pengkaji

Peluang dan Cabaran Keusahawanan Digital Islam

Keusahawanan digital Islam merupakan bidang yang semakin berkembang, yang menggabungkan prinsip-prinsip Islam dengan teknologi digital untuk merangsang pertumbuhan ekonomi dan inovasi. Bidang ini menawarkan peluang serta cabaran tersendiri, khususnya dalam usaha menyelaraskan keusahawanan Islam tradisional dengan amalan digital moden.

Peluang dalam Keusahawanan Digital Islam

Transformasi digital dalam keusahawanan Islam berpotensi meluaskan akses ke pasaran global, meningkatkan ketelusan transaksi, serta memperkukuhkan pematuhan kepada prinsip-prinsip Syariah (Qalbia & Saputra, 2024). Penggunaan Teknologi digital seperti *fintech* Islam dan e-dagang halal memainkan peranan penting dalam memperluaskan kemasukan kewangan serta meningkatkan kecekapan perniagaan. Perkembangan *fintech* Islam telah menunjukkan inovasi signifikan dalam bidang pembayaran, pembiayaan, dan pelaburan yang berpandukan kepada prinsip-prinsip Syariah. *Fintech* Islam berupaya meningkatkan pembiayaan dan kelestarian usahawan kecil dan sederhana di Malaysia dan Indonesia, namun ia memerlukan kerjasama yang lebih kukuh dalam ekosistem kewangan serta literasi digital yang lebih tinggi untuk memaksimumkan potensinya (Anggara & Nuraeni, 2025).

Selain itu, penggunaan platform dan teknologi digital seperti e-dagang serta aplikasi kewangan berlandaskan prinsip Syariah membolehkan usahawan Islam mengakses pasaran global dengan lebih mudah. Ini meningkatkan daya saing dan menyokong keusahawanan mampan. Melalui perkembangan ini, dapat memudahkan mahasiswa yang menceburi keusahawanan digital Islam bagi meluaskan perniagaan mereka dan meneroka pasaran baharu di peringkat tempatan mahupun pasaran global. Perkembangan ini turut diperkukuh dengan laporan MDEC (2025) yang menunjukkan pelaburan digital negara melonjak 125% dalam suku kedua 2025, daripada RM13.11 bilion kepada RM29.47 bilion. Peningkatan ketara ini mencerminkan permintaan yang semakin tinggi terhadap perniagaan digital dan membuka peluang lebih luas kepada usahawan Muslim untuk memanfaatkan platform digital secara kompetitif.

Cabaran Dalam Keusahawanan Islam

Selain peluang yang diceburi dalam keusahawanan digital Islam, mahasiswa yang menceburi keusahawanan digital Islam turut berhadapan dengan cabaran. Cabaran persaingan dan globalisasi merupakan cabaran yang perlu ditempuhi. Dalam dunia tanpa sempadan, usahawan Muslim perlu bersaing bukan sahaja sesama sendiri malah dengan syarikat-syarikat besar dari seluruh dunia. Pasaran digital bersifat sangat terbuka dan *merit-based* hanya kepada yang cekap, inovatif dan pantas akan berjaya menarik pelanggan. Walau bagaimanapun, secara hakikatnya, persaingan antara usahawan merupakan sesuatu yang baik. Hal ini dikatakan demikian kerana dapat mengelakkan daripada berlakunya satu pihak sahaja yang memonopoli pasaran (Baharun & Balwi, 2021). Tambahan pula, bercanggah dengan ajaran Islam yang melarang perbuatan monopoli atau *ihtikar*. Oleh yang demikian, pengusaha seharusnya bersaing dengan baik dan seimbang demi kebaikan usahawan sendiri serta masyarakat.

Tekanan persaingan global ini memberi kesan langsung terhadap pembangunan ekonomi Islam. Jika usahawan muda gagal mengekalkan identiti perniagaan beretika kerana tertekan mengejar pasaran, nilai-nilai Syariah berisiko diketepikan demi keuntungan jangka pendek. Hal ini boleh melemahkan visi ekonomi Islam yang menekankan keadilan, keberkatan dan kesejahteraan masyarakat. Oleh itu, cabaran persaingan bukan sekadar isu teknikal, tetapi isu strategik yang menentukan sejauh mana prinsip ekonomi Islam mampu dipertahankan dalam ekosistem digital.

Selain itu, cabaran yang perlu dihadapi adalah kurangnya pengetahuan dan kemahiran digital. Walaupun generasi mahasiswa hari ini makin celik teknologi, tahap kemahiran yang diperlukan untuk menjalankan perniagaan digital agak kompleks bagi mahasiswa yang belum menguasai sepenuhnya. Kekurangan ilmu pengetahuan tentang perniagaan dan teknologi merupakan antara halangan utama usahawan Muslim dalam melaksanakan e-dagang dengan berjaya (Rosman & Yussof, 2023). Usahawan yang kurang ilmu pengetahuan tentang teknologi mudah semasa melakukan urusan jual beli atas talian sehingga mereka sukar untuk menerima teknologi internet dan komunikasi (Rozmi et al., 2020). Ilmu pengetahuan dan kemahiran amat penting kerana mampu memberikan gambaran awal kepada peniaga mengenai pasaran perniagaan yang diperlukan pelanggan, penyertaan perniagaan atas talian memerlukan peniaga mempunyai ilmu pengetahuan mengenai persekitaran dalaman dan luaran agar mampu mencetuskan idea-idea kreatif dalam perniagaan (Che Senik dan Jamaludin, 2021). Kegagalan mengikuti perkembangan teknologi terkini boleh menyebabkan perniagaan ketinggalan dan kurang efisien.

Kelemahan literasi digital tidak hanya menjejaskan keupayaan perniagaan untuk bersaing, tetapi turut mempengaruhi pembentukan etika keusahawanan. Usahawan yang tidak memahami ekosistem digital dengan baik lebih mudah terdedah kepada amalan tidak beretika seperti penyebaran maklumat produk yang tidak tepat, manipulasi harga atau penggunaan teknik pemasaran yang mengelirukan. Kekurangan literasi digital boleh membawa kepada pelanggaran prinsip Syariah secara tidak sengaja, sekali gus merencatkan usaha melahirkan generasi usahawan muda Muslim yang berintegriti. Oleh itu, mahasiswa yang ingin berjaya sebagai usahawan digital Islam perlu mengharungi cabaran-cabaran ini dengan persediaan yang rapi, inovasi berterusan dan pegangan nilai yang teguh.

Secara keseluruhan, cabaran-cabaran ini bukan sekadar halangan operasi tetapi merupakan isu struktur yang memberi implikasi jangka panjang terhadap masa depan ekonomi Islam. Tanpa sokongan pendidikan, ekosistem bimbingan dan integrasi nilai Syariah dalam pembangunan kompetensi digital, usaha melahirkan usahawan digital Islam yang mampan akan menjadi semakin sukar. Melihat kepada cabaran-cabaran ini, penting untuk meninjau bagaimana penyelidikan terdahulu membincangkan integrasi nilai Islam dan teknologi digital dalam konteks keusahawanan, bagi memahami pendekatan yang telah diterapkan serta jurang pengetahuan yang masih wujud.

Kajian-Kajian Lepas Keusahawanan Digital Islam

Kajian-kajian terdahulu mengenai keusahawanan digital Islam menunjukkan pola yang konsisten dalam tiga tema utama: (i) teknologi dan pematuhan Syariah, (ii) pendekatan pendidikan dan nilai Islam, dan (iii) literasi digital serta strategi keusahawanan. Ketiga-tiga tema ini saling berkait dalam membentuk kerangka keusahawanan digital berteraskan Islam.

Teknologi dan Pematuhan Syariah

Kajian oleh Qalbia dan Saputra (2024) mendapati bahawa keusahawanan digital Islam berpotensi meluaskan akses pasaran global, meningkatkan ketelusan transaksi dan memperkukuh pematuhan kepada prinsip Syariah. Namun cabaran seperti literasi kewangan Islam yang rendah dan peraturan Syariah yang kompleks masih membataskan pembangunan ekosistem digital Islam. Selari dengan itu, Muhammad, Fitri, Alak dan Sasnifa (2024) menekankan enam prinsip asas dalam e-dagang iaitu manfaat bersama, kerelaan transaksi, ketelusan maklumat, keadilan, layanan pelanggan yang baik dan tingkah laku beretika. Dapatan akademik ini turut seiring dengan konteks industri semasa. Laporan MATRADE (2023) menunjukkan bahawa nilai eksport halal Malaysia pada tahun 2023 mencecah RM54 bilion, sekali gus membuktikan bahawa pasaran halal global berkembang pesat dan menyediakan peluang besar untuk usahawan digital Islam menembusi pasaran antarabangsa melalui e-dagang berasaskan prinsip Syariah. Statistik ini mengukuhkan dapatan kajian lepas yang menekankan pentingnya integrasi nilai Islam, teknologi digital dan etika perniagaan dalam membangunkan perniagaan berasaskan kepercayaan pengguna Muslim.

Perbandingan antara kajian-kajian ini menunjukkan bahawa teknologi digital boleh menjadi pemangkin pematuhan Syariah, tetapi keberkesanannya bergantung kepada tahap kefahaman usahawan terhadap prinsip keadilan dan ketelusan. Tanpa asas etika yang kukuh, teknologi boleh membuka ruang kepada pelanggaran Syariah secara tidak sedar, sekali gus menjejaskan keyakinan pengguna Muslim.

Pendekatan Pendidikan dan Nilai Islam dalam Keusahawanan

Kajian oleh Azmi dan Nawawi (2024) menunjukkan bahawa teknologi digital boleh digunakan untuk mengukuhkan semangat keusahawanan Islam dalam kalangan pelajar melalui pendekatan yang lebih inklusif dan inovatif. Sementara itu, Widana dan Ramadhani (2024) mendapati etika kerja Islam seperti rajin, jujur dan bertanggungjawab memainkan peranan penting dalam meningkatkan niat keusahawanan pelajar.

Jika dibandingkan, kedua-dua kajian ini menegaskan bahawa pendidikan keusahawanan berasaskan nilai Islam bukan sahaja membentuk motivasi pelajar, tetapi juga mempengaruhi cara mereka berfikir tentang perniagaan sebagai satu ibadah. Nilai Islam menjadi teras kepada aspirasi, manakala teknologi berfungsi sebagai alat untuk merealisasikan aspirasi tersebut.

Literasi Digital dan Strategi Keusahawanan

Rahmayanti, Wardiyanta dan Ikawati (2023) menekankan bahawa keusahawanan Islam boleh diselaraskan dengan digitalisasi melalui analisis strategik seperti SWOT untuk menilai peluang dan ancaman dalam ekosistem digital. Sebaliknya, Rosman dan Yussof (2023) menyorot isu kekangan literasi digital dalam kalangan usahawan, khususnya di kawasan luar bandar, yang menyebabkan mereka sukar mengadaptasi teknologi dalam operasi perniagaan.

Perbandingan antara kajian ini menunjukkan bahawa literasi digital merupakan faktor penentu kejayaan usahawan Muslim dalam pasaran digital. Kajian Rahmayanti et al. melihat literasi digital sebagai aset strategik, manakala Rosman dan Yussof melihatnya sebagai kelemahan struktur yang perlu ditangani melalui pendidikan dan sokongan ekosistem.

Secara keseluruhan, kajian-kajian lepas menunjukkan bahawa kejayaan keusahawanan digital Islam bergantung kepada keseimbangan antara nilai Islam, kemahiran teknologi dan strategi perniagaan. Walaupun fokus kajian terdahulu berbeza, semuanya menegaskan bahawa integrasi nilai Islam dan teknologi digital merupakan asas penting dalam melahirkan usahawan Muslim yang beretika, kompeten dan berdaya saing.

Kesimpulan

Keusahawanan digital Islam menawarkan potensi besar sebagai aspirasi kerjaya mahasiswa pada era ekonomi digital yang serba mencabar ini. Keusahawanan bukan sahaja memberi peluang kepada pelajar untuk menjana pendapatan secara kreatif dan fleksibel, malah membentuk mereka sebagai usahawan berintegriti yang berpaksikan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, amanah dan bertanggungjawab sosial. Dalam mengharungi pelbagai cabaran yang perlu ditempuhi, pendekatan strategik dan menyeluruh amat diperlukan. Institusi pengajian tinggi wajar memainkan peranan proaktif melalui pengukuhan kurikulum keusahawanan yang menyepadukan kemahiran digital dan prinsip Syariah. Di samping itu, menyediakan sokongan ekosistem yang mantap seperti bimbingan mentor, jaringan industri, dana permulaan serta platform kolaborasi.

Keusahawanan digital Islam menawarkan potensi besar sebagai kerjaya masa depan mahasiswa, namun cabaran seperti persaingan global, kekangan literasi digital dan keperluan pematuhan Syariah menuntut pendekatan yang lebih strategik dan sistematik. Oleh itu, universiti perlu memperkukuh kurikulum dengan gabungan kemahiran digital dan nilai Syariah, menyediakan program inkubasi yang melibatkan mentor industri dan penasihat Syariah serta menawarkan pensijilan mikro dalam bidang seperti e-dagang halal dan fintech

Islam bagi meningkatkan kesediaan pelajar. Pada masa yang sama, kerajaan disaran merangka dasar pembangunan keusahawanan digital Islam peringkat nasional, menyediakan insentif pembiayaan kepada usahawan muda serta memperluas polisi literasi digital melalui latihan berfokuskan etika dan keselamatan digital. Peranan industri juga penting melalui kerjasama projek sebenar dan penyertaan panel penasihat Syariah digital bagi memastikan inovasi yang dibangunkan mematuhi prinsip Islam. Pembangunan ekosistem keusahawanan digital Islam memerlukan sokongan bersepadu daripada universiti, kerajaan, industri dan komuniti demi melahirkan usahawan muda yang kompeten, beretika dan mampu menyumbang kepada daya saing ekonomi negara.

Tambahan pula, pendekatan berteraskan Maqasid Shariah harus diangkat sebagai kerangka pembangunan keusahawanan digital Islam agar perniagaan yang diceburi mahasiswa bukan sahaja berorientasikan keuntungan, tetapi turut menyumbang kepada kesejahteraan masyarakat dan pembangunan ummah. Usaha ini perlu disokong oleh semua pihak termasuklah pihak kerajaan, institusi pendidikan, badan agama, industri dan komuniti, demi melahirkan generasi usahawan muda Muslim yang bukan sekadar berdaya saing, malah menerapkan nilai kemanusiaan dalam dunia perniagaan moden. Dengan ilmu dan iman sebagai panduan, mahasiswa berpotensi untuk memimpin perubahan ekonomi berasaskan teknologi yang patuh Syariah dan berimpak tinggi kepada masyarakat.

Penghargaan

Penulis merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada Faculty Centre of Excellence in Education (FCoEE) atas sokongan kewangan yang diberikan melalui Geran Penyelidikan Jangka Pendek FCoEE, yang telah memungkinkan kajian ini dilaksanakan dengan jayanya. Segala pandangan dan dapatan dalam artikel ini merupakan tanggungjawab penulis sepenuhnya dan tidak semestinya mencerminkan pendirian rasmi FCoEE.

Rujukan

- Abd Hamid, M. N., & Yunus, A. M. (2020). Application of the concept of Hifz Al-Din in Shariah compliant business management. *Islam Universalia: International Journal of Islamic Studies and Social Sciences*, 2(1), 109–133.
- Anggara, M. R., & Nuraeni, N. (2025). Enhancing the sustainability of small and medium enterprises (SMEs) through Islamic FinTech: A comprehensive review of emerging trends (2018–2024). *Civilization Research: Journal of Islamic Studies*, 4(1), 21–37.
- Astro Awani. (2022). Tingkatkan keusahawan digital graduan atasi kesan kebolehpasaran pasca COVID-19. Dipetik dari <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/tingkatkan-keusahawan-digital-graduan-atasi-kesan-kebolehpasaran-pasca-covid19-356925> pada 22 April 2025.
- Astro Awani. (2024). Kerajaan seru usahawan muda perlu berani ambil risiko – Fadillah. Diperoleh dari <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/kerajaan-seru-usahawan-muda-perlu-berani-ambil-risiko-fadillah-494441> pada 22 April 2025.
- Azmi, S. A. R. N., & Nawawi, Z. M. (2024). Development of Islamic entrepreneurial spirit among UINSU students by utilizing digital technology. *AMK: Abdi Masyarakat UIKA*, 3(2), 75–82.
- Baharun, M. T., & Balwi, M. A. W. F. M. (2021). Potensi dan cabaran perniagaan e-dagang pasca COVID-19: Suatu cadangan penyelesaian. *Online Journal of Islamic Management and Finance (OJIMF)*, 1(1), 1–12.

- Che Senik, Z., & Jamaludin, N. A. (2021). Peluang keusahawanan dalam ranjau pandemik. Dalam Z. Mohd Makhbul, L. H. Osman, & F. Mohamad Hasun (Eds.), *Keusahawanan mendepani pandemik COVID-19* (hlm. 20–35). Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Department of Statistics Malaysia. (2024). *ICT Satellite Account Report*. DOSM.
- Harisfathillah, N. H., & Tambi, N. (2023). Kecenderungan kerjaya keusahawanan era COVID-19. *Akademika*, 93(1), 317–330.
- Hosen, H. (2023). Entrepreneurship in Islam. *Ta'amul: Journal of Islamic Economics*. <https://doi.org/10.58223/taamul.v2i1.64>
- Ismail, A. (2020). Keusahawanan digital: Satu paradigma baru keusahawanan. Diperoleh daripada <https://dagangnews.com/article/keusahawanan-digital-satu-paradigma-baru-keusahawanan-416> pada 24 April 2025.
- Ismail, A. D., Buang, N. A., & Othman, N. (2021). Kecenderungan keusahawanan terhadap aspirasi kerjaya keusahawanan atas talian dalam kalangan pelajar tingkatan 6. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 6(2), 9–21.
- MalaysiaGazette. (2023). Pendapatan e-dagang RM291.7 bilion pada suku pertama 2023. Diperoleh dari <https://malaysiagazette.com/2023/07/06/pendapatan-e-dagang-rm291-7-bilion-pada-suku-pertama-2023/> pada 22 April 2025.
- MDEC. (2024). *Malaysia's Digital Investments Hit RM163.6 Billion*. Malaysia Digital Economy Corporation.
- MDEC. (2025). *Malaysia's Digital Investments Skyrocket in Q2 2025*. Malaysia Digital Economy Corporation.
- Meltwater. (2024). Ecommerce: Consumer goods categories. Diperoleh daripada <https://www.meltwater.com/en/blog/social-media-statistics-malaysia> pada 24 April 2025.
- Mohamad, N., Ishak, M. S., & Rashid, S. M. (2019). Kerelevanan personaliti usahawan Islam untuk membentuk kepercayaan dalam mengukuhkan komitmen dan kesetiaan pelanggan. *Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporari*, 20(2), 95–115.
- Muhammad, P., Fitri, Y. P., Alak, A., & Sasnifa, P. (2024). The digital revolution of Islamic entrepreneurship: A study on upholding the principles of e-commerce legitimacy in marketplaces. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 9(2), 321–337.
- Musnaini, Wijoyo, H., Indrawan, I., Syahtriatna, & Moeins, A. (2020). *Digipreneurship kewirausahaan digital*. Purwokerto, Jawa Tengah: Pena Persada.
- Nadzri, S. U. H. A. I. L. A., & Yaacob, S. E. (2019). Ciri-ciri akhlak usahawan Muslim berjaya dan hubungannya dengan cara pengembangan harta serta matlamat hidup menurut perspektif al-Qur'an. *Journal of Contemporary Islamic Law*, 4(1), 8–17.
- Pakianathan, A. M., Roslam, A. F., Ghapar, W. R. G. W. A., & Sulaiman, M. S. (2023). Perniagaan secara atas talian: Satu kajian perbandingan dengan perniagaan konvensional secara fizikal. *Jurnal Wacana Sarjana*, 7(4), 1–13.
- Qalbia, F., & Saputra, M. R. (2024). Transformasi digital dan kewirausahaan syariah di era modernitas: Peluang dan tantangan dalam ekonomi syariah di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*, 2(2), 389–406.
- Rahmayanti, I., Wardiyanta, & Ikawati, R. (2023). Does Islamic entrepreneurship aligned with digitalization era? *Jurnal Doktor Manajemen*, 6(2), 204–216.
- Rafiki, A., Hidayat, S. E., & Pananjung, A. G. (2023). Islamic entrepreneurship research since 1990: A systematic literature review. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 39–56.

- Rosman, N. F. B., & Yussof, K. Y. (2023). Kemiskinan digital dalam kalangan peniaga di kawasan luar bandar: Suatu kajian kes di Kota Belud dan Kudat Sabah. *e-BANGI Journal*, 20(2).
- Rozmi, A. N. A., Nohuddin, P. N. E., Hadi, A. R. A., Bakar, M. I. A., & Nordin, A. I. (2020). Factors affecting SME owners in adopting ICT in business using thematic analysis. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 11(7), 208–218.
- Sinar Harian. (2024). Memaknai kerja sebagai satu ibadah. Diperoleh dari <https://www.sinarharian.com.my/article/662541/sinar-islam/islam-sejagat/memaknai-kerja-sebagai-satu-ibadah> pada 24 April 2025.
- Sulaiman, N., Azman, N. M., & Ismail, R. (2016). Impak globalisasi terhadap produktiviti buruh dalam sektor perkhidmatan. *Jurnal Ekonomi Malaysia*, 50(2), 71–81.
- Widana, G., & Nurwati, N. (2020). The role of Islamic work ethics to entrepreneurial intention: The study of undergraduate students in Indonesia.
- Widana, G. O., & Ramadhani, I. P. (2024). The effect of Islamic work ethics on entrepreneurial intention and academic performance. *Journal of Law and Sustainable Development*, 12(2), e3246–e3246.
- Yasmeen, K. (2024). Framework for Islamic social entrepreneurship. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*.