

DETERMINAN FAKTOR PERILAKU KOMPETITIF UMKM HALAL DI PLATFORM DIGITAL INDONESIA

Fitri Asyfa¹, Roikhan Mochamad Aziz², Sofyan Rizal³

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Indonesia^{1,2,3}

¹ fitriasyfa99@gmail.com

² roikhan.ma@uinjkt.ac.id

³ sofyan.rizal@uinjkt.ac.id

Informasi artikel

Diterima :

07 Juni 2026

Direvisi :

28 Juni 2026

Disetujui :

30 September 2026

ABSTRACT

Digital transformation has created opportunities and challenges for halal SMEs in Indonesia, particularly regarding their ability to utilize technology and apply Islamic principles to digital business activities. This study aims to analyze the influence of attitudes toward technology, digital capabilities, and environmental factors on the competitive behavior of halal SMEs, as well as test the mediating role of digital Islamic literacy. Using a quantitative approach with an explanatory design, data were collected via questionnaires from 220 active halal SME participants utilizing digital platforms and analyzed using Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SEM-PLS). The results showed that attitudes toward technology and digital capabilities had a positive significant effect on digital Islamic literacy, whereas environmental factors had no significant effect. Furthermore, attitudes toward technology, environmental factors, and digital Islamic literacy had a positive significant influence on competitive behavior, while digital capabilities had a negative significant influence. Digital Islamic literacy was found to mediate the influence of attitudes toward technology and digital capabilities on competitive behavior but did not mediate the effect of environmental factors. These findings suggest that digital Islamic literacy is an important mechanism in converting digital skills into competitive advantages for halal SMEs in the digital era.

Keywords : *halal MSMEs, competitive behavior, Sharia digital literacy, digital transformation, PLS-SEM*

PENDAHULUAN

Perluasan ekonomi digital secara fundamental mengubah lanskap bisnis di negara-negara berkembang, termasuk Indonesia (Haryanti, 2023). Penetrasi teknologi internet yang

meningkat dan adopsi platform digital yang luas telah mengubah cara usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melakukan aktivitas bisnis, bersaing, dan menjangkau konsumen (Susanto et al., 2026). Dalam konteks ini, UMKM halal merupakan sektor yang strategis, terutama di Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia dan pemain utama dalam ekosistem ekonomi halal global (Adinugraha et al., 2024; Salsabila et al., 2025). Integrasi UMKM ke platform digital tidak hanya meningkatkan aksesibilitas pasar tetapi juga memperkenalkan dinamika kompetitif baru yang mengharuskan perusahaan untuk beradaptasi baik secara teknologi maupun normatif (Athia et al., 2025; Azzahra, 2025).

Seiring dengan transformasi ini, pengembangan sistem sertifikasi halal dan infrastruktur ekonomi Islam telah memperkuat fondasi institusional industri halal. Meningkatnya jumlah produk dan bisnis bersertifikat halal mencerminkan institusionalisasi kepatuhan halal yang semakin kuat, didukung oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (Sunarta et al., 2025). Namun, keberadaan sertifikasi saja tidak cukup untuk menjamin keunggulan kompetitif di pasar digital. Dalam ekosistem berbasis platform, daya saing semakin ditentukan oleh kemampuan UMKM untuk mengintegrasikan kapabilitas teknologi dengan kepatuhan berbasis nilai, terutama dalam menyelaraskan praktik bisnis dengan prinsip-prinsip Islam sambil memanfaatkan alat digital.

Dari perspektif teknologi, Model Penerimaan Teknologi (TAM) telah banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku adopsi pengguna di lingkungan digital. Studi sebelumnya seperti Davis (2014), Rosyad and Harsono (2021) menekankan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan secara signifikan mempengaruhi perilaku adopsi teknologi. Dalam konteks UMKM, adopsi teknologi digital telah terbukti meningkatkan efisiensi operasional, ekspansi pasar, dan kinerja bisnis (Lemhannas et al., 2024; Nugraheni & Darma, 2025). Namun, sebagian besar studi yang ada terutama fokus pada adopsi teknologi umum tanpa mempertimbangkan konteks spesifik bisnis berbasis halal, di mana kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam menjadi dimensi integral perilaku bisnis (Dupi & Baloch, 2025; Sirait, 2026).

Selain itu, studi terbaru tentang daya saing UMKM menyoroti pentingnya kapabilitas digital dan keterlibatan online dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di pasar berbasis platform (Azizah, 2025). Namun, studi-studi ini sebagian besar mengadopsi perspektif ekonomi konvensional dan cenderung mengabaikan peran nilai-nilai agama dan kepatuhan halal sebagai determinan strategis perilaku kompetitif. Sebaliknya, literatur tentang ekonomi Islam dan pengembangan industri halal sebagian besar fokus pada isu-isu tingkat makro seperti sistem sertifikasi, kerangka regulasi, dan pertumbuhan industri, sementara analisis perilaku tingkat mikro UMKM di lingkungan digital masih terbatas (Sirait, 2026).

Meskipun studi yang muncul telah memperkenalkan konsep literasi digital di UMKM, integrasi antara literasi digital dan nilai-nilai Islam sering dikonseptualisasikan sebagai literasi digital Islam masih kurang dieksplorasi (Nugraheni & Darma, 2025). Kesenjangan ini sangat penting karena daya saing di pasar digital tidak hanya ditentukan oleh kapabilitas teknologi, tetapi juga sejauh mana UMKM dapat mempertahankan kepercayaan konsumen melalui praktik bisnis yang etis dan sesuai syariah (Adhariah, 2026). Ketidakhadiran kerangka kerja terintegrasi yang menggabungkan penerimaan teknologi, kapabilitas digital, dan kepatuhan Islam menunjukkan adanya kesenjangan teoritis yang signifikan dalam memahami perilaku kompetitif UMKM di ekosistem digital halal. Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan model konseptual terintegrasi yang menggabungkan Model Penerimaan Teknologi (TAM) dengan literasi digital Islam untuk menjelaskan perilaku kompetitif UMKM halal di ekonomi platform digital Indonesia. Secara khusus, penelitian ini menguji pengaruh sikap terhadap teknologi, kapabilitas digital, dan literasi digital Islam terhadap perilaku kompetitif UMKM. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur ekonomi digital Islam dan memberikan implikasi praktis untuk memperkuat daya saing UMKM halal di era transformasi digital berbasis platform (Khairiah et al., 2025).

KAJIAN LITERATUR

Technology Acceptance Model (TAM), Resource-Based View (RBV), dan Perilaku Kompetitif UMKM Halal

Technology Acceptance Model (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989) menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi. Model ini telah digunakan secara luas untuk menjelaskan perilaku adopsi teknologi pada berbagai konteks organisasi maupun UMKM (Novianti & Aligarh, 2025; Zamani, 2026). Perkembangan penelitian menunjukkan bahwa faktor perilaku terhadap teknologi tidak hanya memengaruhi keputusan adopsi teknologi, tetapi juga berdampak pada peningkatan kinerja dan daya saing usaha (Akhmad, 2021; Prasetyani et al., 2024). Studi mengenai UMKM halal juga menunjukkan bahwa kesiapan teknologi dan persepsi positif terhadap teknologi digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan kemampuan usaha beradaptasi dengan lingkungan bisnis digital (Azizah, 2025; Pasaribu, 2025).

Di sisi lain, Resource-Based View (RBV) menegaskan bahwa sumber daya dan kapabilitas internal merupakan faktor utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Efrina S et al., 2024; Eravia, n.d.). Dalam konteks transformasi digital, kemampuan digital dipandang sebagai sumber daya strategis yang memungkinkan pelaku usaha mengakses informasi, mengelola proses bisnis, serta merespons perubahan pasar secara lebih efektif (Nofi Puji Lestari, 2025). Penelitian terbaru menunjukkan bahwa kemampuan digital yang dikombinasikan dengan orientasi halal dan literasi keuangan syariah mampu meningkatkan keberlanjutan dan daya saing UMKM berbasis digital. Selain faktor internal, teori keunggulan kompetitif Porter menjelaskan bahwa lingkungan eksternal seperti persaingan pasar, dukungan pemerintah, perkembangan teknologi, dan jaringan bisnis berperan penting dalam membentuk strategi kompetitif perusahaan. Dalam konteks UMKM halal, lingkungan yang mendukung dapat mempercepat transformasi digital dan meningkatkan kemampuan usaha dalam menciptakan keunggulan bersaing (Candraningtyas & Rahmawati, 2025).

Sikap terhadap Teknologi dan Perilaku Kompetitif UMKM Halal

Sikap terhadap teknologi menggambarkan kecenderungan individu untuk menerima atau menolak penggunaan teknologi dalam aktivitas bisnis. Dalam perspektif TAM, sikap yang positif akan meningkatkan intensitas penggunaan teknologi dan mendorong individu untuk memanfaatkan teknologi secara lebih optimal (Khairiah et al., 2025; Novianti & Aligarh, 2025). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha yang memiliki persepsi positif terhadap teknologi cenderung lebih inovatif, adaptif, dan responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis digital.

Penelitian mengenai digitalisasi UMKM menunjukkan bahwa penerimaan teknologi mendorong peningkatan efektivitas pemasaran, perluasan akses pasar, dan efisiensi operasional (Nurqamarani, 2021). Pada konteks UMKM halal, sikap positif terhadap teknologi juga memungkinkan pelaku usaha mengintegrasikan aktivitas bisnis dengan platform digital sehingga mampu memperkuat posisi kompetitif di pasar yang semakin dinamis. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin positif sikap pelaku usaha terhadap teknologi, semakin tinggi perilaku kompetitif yang ditunjukkan dalam menjalankan usaha (Badda et al., 2025).

H1: Sikap terhadap teknologi (X_1) berpengaruh positif terhadap perilaku kompetitif UMKM halal (Y)

Kemampuan Digital dan Perilaku Kompetitif UMKM Halal

Kemampuan digital merupakan salah satu kapabilitas strategis yang memungkinkan UMKM memanfaatkan teknologi untuk mendukung aktivitas bisnis (Egim et al., 2025). Literatur mengenai transformasi digital menunjukkan bahwa kemampuan digital berkontribusi

terhadap peningkatan efisiensi operasional, kualitas pengambilan keputusan, serta kemampuan menjangkau pasar yang lebih luas (Held et al., 2026).

Candraningtyas and Rahmawati (2025) menunjukkan bahwa kapabilitas digital merupakan faktor penting dalam membangun keberlanjutan UMKM berbasis digital. Temuan lain juga menegaskan bahwa transformasi digital mampu meningkatkan daya saing UMKM melalui pemanfaatan media digital, e-commerce, dan teknologi pemasaran modern (Eskasari Putri1 et al., 2025). Secara kolektif, penelitian tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan digital merupakan sumber daya strategis yang dapat meningkatkan perilaku kompetitif pelaku UMKM halal (Held et al., 2026; Kumar et al., 2026).

H2: Kemampuan digital (X_2) berpengaruh positif terhadap perilaku kompetitif UMKM halal (Y)

Lingkungan dan Perilaku Kompetitif UMKM Halal

Lingkungan bisnis yang dinamis mendorong pelaku usaha untuk terus beradaptasi terhadap perubahan teknologi dan pasar. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa dukungan pemerintah, perkembangan infrastruktur digital, jaringan bisnis, serta tekanan persaingan menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat daya saing UMKM (Evinita et al., 2025).

Penelitian mengenai digitalisasi UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa ekosistem yang mendukung mampu mempercepat adopsi teknologi dan meningkatkan kapasitas usaha. Pada UMKM halal, dukungan regulasi halal, transformasi ekonomi digital, dan penguatan ekosistem syariah menjadi faktor yang dapat memperkuat kemampuan bersaing pelaku usaha. Oleh karena itu, lingkungan yang kondusif diperkirakan mampu meningkatkan perilaku kompetitif UMKM halal (Adinugraha et al., 2024; Arianty et al., 2025; Salsabila et al., 2025).

H3: Lingkungan (X_3) berpengaruh positif terhadap perilaku kompetitif UMKM halal (Y)

Sikap terhadap Teknologi dan Literasi Digital Syariah

Penelitian mengenai adopsi teknologi menunjukkan bahwa individu yang memiliki sikap positif terhadap teknologi cenderung lebih aktif dalam mempelajari dan mengeksplorasi berbagai informasi digital. Dalam konteks ekonomi syariah, keterbukaan terhadap teknologi juga mendorong peningkatan pemahaman mengenai praktik bisnis digital yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam (Badawi & Pancabudi, 2025; Hanif et al., 2026).

Literatur mengenai adopsi fintech syariah menunjukkan bahwa penerimaan teknologi memiliki keterkaitan dengan peningkatan pemahaman terhadap layanan keuangan digital berbasis syariah. Dengan demikian, sikap positif terhadap teknologi memungkinkan pelaku UMKM halal memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai penggunaan teknologi digital yang sesuai dengan nilai-nilai syariah (Adinugraha et al., 2024; Sirait, 2026).

H4: Sikap terhadap teknologi (X_1) berpengaruh positif terhadap literasi digital syariah (Z).

Kemampuan Digital dan Literasi Digital Syariah

Kemampuan digital memudahkan individu dalam mengakses, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi secara efektif. Dalam konteks UMKM halal, kemampuan tersebut memungkinkan pelaku usaha memperoleh berbagai informasi mengenai regulasi halal, transaksi digital syariah, dan praktik bisnis berbasis nilai Islam (Egim et al., 2025; Kurniawan et al., 2026).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kemampuan digital berkontribusi terhadap peningkatan literasi dan pemahaman teknologi pada pelaku usaha (Kurniawan et al., 2026). Semakin tinggi kemampuan digital yang dimiliki, semakin besar peluang individu untuk memahami implementasi teknologi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, kemampuan digital diperkirakan menjadi determinan penting literasi digital syariah (Ferdianto et al., 2025; Hatma Aura, 2025).

H5: Kemampuan digital (X_2) berpengaruh positif terhadap literasi digital syariah (Z).

Lingkungan dan Literasi Digital Syariah

Lingkungan yang mendukung menyediakan akses terhadap informasi, pelatihan, dan pendampingan yang dapat meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memahami teknologi digital berbasis syariah. Berbagai studi menunjukkan bahwa dukungan institusi, komunitas bisnis, lembaga pendidikan, dan pemerintah memiliki peran penting dalam meningkatkan kapasitas digital UMKM. Dalam konteks UMKM halal, penguatan ekosistem syariah dan regulasi halal juga berkontribusi terhadap peningkatan pemahaman pelaku usaha mengenai praktik bisnis digital yang sesuai syariah. Dengan demikian, lingkungan yang kondusif diperkirakan mampu meningkatkan literasi digital syariah pelaku UMKM (Adinugraha et al., 2024; Arianty et al., 2025).

H6: Lingkungan (X_3) berpengaruh positif terhadap literasi digital syariah (Z).

Literasi Digital Syariah dan Perilaku Kompetitif UMKM Halal

Literasi digital syariah semakin dipandang sebagai faktor strategis dalam pengembangan UMKM halal. Penelitian menunjukkan bahwa pemahaman terhadap prinsip syariah yang dikombinasikan dengan kemampuan memanfaatkan teknologi digital dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan, kepercayaan konsumen, dan keberlanjutan usaha. Studi mengenai halal literacy dan digital marketing menunjukkan bahwa peningkatan literasi berbasis syariah berkontribusi terhadap pertumbuhan usaha dan penguatan daya saing UMKM. Selain itu, integrasi nilai-nilai syariah dalam aktivitas bisnis digital mampu menciptakan diferensiasi yang memperkuat posisi kompetitif UMKM halal di pasar.

H7: Literasi digital syariah (Z) berpengaruh positif terhadap perilaku kompetitif UMKM halal (Y).

Peran Mediasi Literasi Digital Syariah

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kapabilitas teknologi dan sumber daya digital tidak selalu menghasilkan keunggulan kompetitif secara langsung. Pengaruh tersebut sering kali bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam mengimplementasikan teknologi secara efektif dan sesuai dengan konteks bisnisnya.

Dalam konteks UMKM halal, literasi digital syariah dapat berfungsi sebagai mekanisme yang menjembatani pengaruh sikap terhadap teknologi, kemampuan digital, dan lingkungan terhadap perilaku kompetitif. Pelaku usaha yang memiliki pemahaman digital berbasis syariah cenderung mampu mengoptimalkan penggunaan teknologi sekaligus menjaga kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam. Oleh karena itu, literasi digital syariah diperkirakan memainkan peran mediasi dalam hubungan antara faktor-faktor teknologi dan perilaku kompetitif UMKM halal (Maniam, 2025).

H8: Literasi digital syariah (Z) memediasi pengaruh sikap terhadap teknologi (X_1) terhadap perilaku kompetitif UMKM halal (Y).

H9: Literasi digital syariah (Z) memediasi pengaruh kemampuan digital (X_2) terhadap perilaku kompetitif UMKM halal (Y).

H10: Literasi digital syariah (Z) memediasi pengaruh lingkungan (X_3) terhadap perilaku kompetitif UMKM halal (Y).

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian dan Obyek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei untuk menguji pengaruh sikap terhadap teknologi, kemampuan digital, dan faktor lingkungan terhadap perilaku kompetitif UMKM halal dengan literasi digital syariah sebagai variabel mediasi (Hair et al., 2026). Obyek penelitian ini adalah pelaku UMKM halal di Indonesia yang telah memanfaatkan platform digital dalam aktivitas bisnisnya.

Populasi, Sampel, dan Waktu Penelitian

Populasi penelitian adalah pelaku UMKM halal di Indonesia yang telah memanfaatkan platform digital dalam aktivitas bisnisnya, dengan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden: aktif menggunakan platform digital untuk aktivitas usaha, telah menggunakan platform digital minimal enam bulan, memiliki aktivitas transaksi digital secara rutin, dan memahami atau sedang menjalani proses sertifikasi halal. Sebanyak 220 kuesioner dinyatakan layak untuk dianalisis. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2023 di Indonesia, dengan waktu penelitian selama 6 bulan.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang diadaptasi dari instrumen penelitian terdahulu dan disesuaikan dengan konteks UMKM halal di Indonesia. Seluruh konstruk dimodelkan sebagai konstruk reflektif dan diukur menggunakan skala Likert lima poin (1= sangat tidak setuju hingga 5= sangat setuju). Variabel sikap terhadap teknologi diukur berdasarkan persepsi pelaku usaha terhadap manfaat, kemudahan, dan kesesuaian penggunaan teknologi digital dalam aktivitas bisnis. Kemampuan digital diukur melalui kemampuan pelaku usaha dalam mengoperasikan platform digital, mengelola konten pemasaran, serta memanfaatkan data digital untuk mendukung kegiatan usaha. Faktor lingkungan diukur berdasarkan persepsi terhadap dukungan eksternal, meliputi kebijakan pemerintah, infrastruktur digital, serta dukungan komunitas dan platform bisnis. Literasi digital syariah diukur melalui kemampuan memahami dan menerapkan teknologi digital sesuai prinsip syariah dalam aktivitas usaha. Perilaku kompetitif diukur melalui kemampuan pelaku usaha dalam beradaptasi terhadap perubahan, melakukan inovasi, dan membangun keunggulan bersaing.

Teknik Analisis Data

Data dikumpulkan melalui survei daring menggunakan Google Form yang disebarluaskan kepada pelaku UMKM halal melalui komunitas usaha, media sosial, dan jaringan kewirausahaan. Pertanyaan penyaringan screening question ditempatkan pada bagian awal kuesioner untuk memastikan responden memenuhi kriteria penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS, karena metode ini sesuai untuk menguji hubungan simultan antar konstruk laten serta efek mediasi. Evaluasi model pengukuran meliputi pengujian validitas konvergen menggunakan outer loading dan Average Variance Extracted (AVE), serta reliabilitas melalui Composite Reliability (CR) dan Cronbach's Alpha. Selanjutnya, model struktural dievaluasi menggunakan koefisien determinasi, ukuran efek, predictive relevance, serta pengujian hipotesis melalui prosedur bootstrapping. Potensi common method bias dievaluasi menggunakan pendekatan full collinearity assessment berdasarkan nilai Variance Inflation Factor (VIF).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 220 responden yang merupakan pelaku UMKM halal di wilayah DKI Jakarta yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu, yaitu UMKM yang aktif memasarkan atau menjual produknya melalui platform digital, telah menggunakan platform digital minimal enam bulan, serta memiliki aktivitas transaksi digital secara rutin. Selain itu, data responden juga mempertimbangkan karakteristik demografis seperti usia dan jenis kelamin, serta aspek terkait sertifikasi halal, termasuk tahap sertifikasi yang sedang dijalani dan kendala yang dihadapi dalam proses sertifikasi. Setelah melalui proses penyaringan dan verifikasi kelengkapan data, seluruh data yang memenuhi kriteria dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares. Analisis dilakukan melalui evaluasi model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model) untuk menguji validitas, reliabilitas, serta hubungan

kausal antar variabel yang diteliti, yaitu Sikap terhadap Teknologi, Kemampuan Digital, Faktor Lingkungan, Literasi Digital Syariah, dan Perilaku Kompetitif. Hasil pengujian disajikan pada bagian berikut:

Evaluasi Outer Model

Tabel 1. Outer Loadings

	X1	X2	X3	Y	Z1
X1_1	0.856				
Y1_1				0.795	
Y1_2				0.781	
Y1_3				0.727	
Y1_5				0.864	
Z1_2					0.908
Z1_3					0.923
Z1_4					0.824
x1_2	0.861				
x1_4	0.924				
x1_5	0.865				
x2_1		0.861			
x2_3		0.891			
x2_5		0.811			
x3_1			0.797		
x3_2			0.864		
x3_3			0.836		
x3_4			0.774		
x3_5			0.853		

Sumber: Data diolah SEM-PLS 4, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas konvergen pada Tabel diatas, seluruh indikator pada variabel Sikap terhadap Teknologi, Kemampuan Digital, Faktor Lingkungan, Literasi Digital Syariah, dan Perilaku Kompetitif memiliki nilai outer loading > 0,7. Nilai loading terendah sebesar 0,727 pada indikator Y1_3 dan tertinggi 0,924 pada indikator x1_4. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis tahap selanjutnya.

Tabel 2. Uji Validitas Konvergen dan Uji Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
X1	0.899	0.908	0.930	0.768
X2	0.820	0.853	0.890	0.731
X3	0.885	0.924	0.915	0.682
Y	0.819	0.861	0.871	0.629
Z1	0.865	0.911	0.916	0.785

Sumber: Data diolah SEM-PLS 4, 2026

Uji validitas konvergen juga dilakukan melalui nilai Average Variance Extracted AVE. Berdasarkan Tabel 4.x, seluruh variabel memiliki nilai AVE di atas 0,50, yaitu berkisar antara 0,629 sampai 0,785. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator pada setiap variabel mampu menjelaskan lebih dari 50% varians konstruk latennya sehingga validitas konvergen terpenuhi. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai Cronbach's Alpha dan Composite

Reliability CR. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70 yaitu antara 0,819 sampai 0,899. Nilai Composite Reliability rho_c juga berada di atas 0,70 yaitu antara 0,871 sampai 0,930. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini reliabel dan konsisten untuk mengukur variabelnya.

Tabel 3. Uji Discriminant Validity dari Fornell Lacker Criterion

	X1	X2	X3	Y	Z1
X1	0.877				
X2	0.617	0.855			
X3	0.501	0.659	0.826		
Y	0.555	0.420	0.557	0.793	
Z1	0.543	0.691	0.483	0.562	0.886

Sumber: Data diolah SEM-PLS 4, 2026

Uji validitas diskriminan dilakukan dengan metode Fornell Lacker Criterion. Kriteria ini menyatakan bahwa suatu konstruk dinyatakan memiliki validitas diskriminan yang baik jika nilai akar kuadrat Average Variance Extracted AVE pada konstruk tersebut lebih besar daripada nilai korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Berdasarkan Tabel 4.x, nilai akar kuadrat AVE pada diagonal utama lebih besar dibandingkan nilai korelasi antar konstruk pada kolom dan baris yang bersesuaian. Contohnya, akar kuadrat AVE variabel X1 sebesar 0,877 lebih besar dari korelasi X1 dengan X2 sebesar 0,617, X3 sebesar 0,501, Y sebesar 0,555, dan Z1 sebesar 0,543. Hal yang sama berlaku untuk variabel lainnya. Dengan demikian, seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang baik.

Tabel 4. Uji Discriminant Validity dari HTMT (Heterotrait- Monotrait Ratio)

	X1	X2	X3	Y	Z1
X1					
X2	0.712				
X3	0.575	0.779			
Y	0.607	0.455	0.553		
Z1	0.588	0.772	0.505	0.579	

Sumber: Data diolah SEM-PLS 4, 2026

Uji validitas diskriminan juga dilakukan dengan Heterotrait-Monotrait Ratio HTMT. Menurut Henseler et al. 2015, nilai HTMT harus di bawah 0,90 untuk memastikan bahwa dua konstruk berbeda secara konseptual. Berdasarkan tabel diatas, seluruh nilai HTMT antar konstruk berada di bawah 0,90 yaitu berkisar antara 0,455 sampai 0,779. Nilai HTMT tertinggi terdapat pada hubungan X2 dengan X3 sebesar 0,779 dan terendah pada hubungan Y dengan X2 sebesar 0,455. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang baik dan tidak terjadi masalah multikolinearitas antar konstruk.

Evaluasi Inner Model

Tabel 5. Uji Multikolinearitas (Iner Collinearity)

	VIF
X1_1	2.498
Y1_1	1.734
Y1_2	4.606

	VIF
Y1_3	4.566
Y1_5	1.907
Z1_2	2.743
Z1_3	2.545
Z1_4	1.877
x1_2	2.955
x1_4	4.215
x1_5	3.145
x2_1	1.626
x2_3	2.605
x2_5	2.066
x3_1	2.273
x3_2	2.682
x3_3	2.399
x3_4	2.110
x3_5	2.316

Sumber: Data diolah SEM-PLS 4, 2026

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan tidak terdapat korelasi yang tinggi antar indikator dalam satu konstruk. Kriteria yang digunakan adalah nilai Variance Inflation Factor VIF harus di bawah 5,00. Berdasarkan Tabel diatas, seluruh indikator memiliki nilai VIF di bawah 5,00 yaitu berkisar antara 1,626 sampai 4,606. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas pada indikator-indikator penelitian ini sehingga model struktural layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Tabel 6. R-Square

	R-square	R-square adjusted
Y	0.509	0.499
Z1	0.500	0.493

Sumber: Data diolah SEM-PLS 4 2026

Uji koefisien determinasi R-Square digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel eksogen mampu menjelaskan variasi variabel endogen. Menurut Hair et al. 2017, nilai R-Square sebesar 0,75 termasuk kuat, 0,50 termasuk moderat, dan 0,25 termasuk lemah. Berdasarkan Tabel 4.x, nilai R-Square untuk variabel Perilaku Kompetitif Y sebesar 0,509 atau 50,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Sikap terhadap Teknologi, Kemampuan Digital, Faktor Lingkungan, dan Literasi Digital Syariah mampu menjelaskan 50,9% variasi Perilaku Kompetitif, sedangkan 49,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini. Nilai R-Square untuk variabel Literasi Digital Syariah Z1 sebesar 0,500 atau 50,0%. Artinya variabel Sikap terhadap Teknologi, Kemampuan Digital, dan Faktor Lingkungan mampu menjelaskan 50,0% variasi Literasi Digital Syariah, sedangkan 50,0% lainnya dipengaruhi faktor lain. Dengan demikian, model struktural dalam penelitian ini termasuk dalam kategori moderat.

Tabel 7. F-Square

	X1	X2	X3	Y	Z1
X1				0.132	0.041
X2				0.091	0.292

	X1	X2	X3	Y	Z1
X3				0.198	0.000
Y					
Z1				0.183	

Sumber: Data diolah SEM-PLS 4, 2026

Uji effect size f-Square digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Menurut Cohen 1988, nilai f-Square 0,02 termasuk pengaruh kecil, 0,15 pengaruh sedang, dan 0,35 pengaruh besar. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh terbesar terhadap Literasi Digital Syariah Z1 adalah Kemampuan Digital X2 dengan nilai f-Square 0,292 yang termasuk kategori sedang. Sementara itu, Sikap terhadap Teknologi X1 memiliki pengaruh kecil terhadap Z1 sebesar 0,041 dan Faktor Lingkungan X3 tidak memiliki pengaruh dengan nilai 0,000. Untuk variabel Perilaku Kompetitif Y, pengaruh terbesar berasal dari Faktor Lingkungan X3 sebesar 0,198 dan Literasi Digital Syariah Z1 sebesar 0,183 yang keduanya termasuk kategori sedang. Sikap terhadap Teknologi X1 dan Kemampuan Digital X2 memiliki pengaruh kecil dengan nilai 0,132 dan 0,091.

Tabel 8. Predictive Relevance (Q² Predict)

	Q ² predict	RMSE	MAE
Z1	0.484	0.729	0.471
Y	0.395	0.790	0.626

Sumber: Data diolah SEM-PLS 4, 2026

Berdasarkan hasil analisis, variabel Literasi Digital Syariah (Z1) memiliki nilai Q²predict sebesar 0,484, sedangkan variabel Perilaku Kompetitif (Y) sebesar 0,395. Nilai Q²predict positif menunjukkan model memiliki relevansi prediktif, yaitu mampu menghasilkan prediksi yang lebih baik dibandingkan benchmark dasar. Nilai RMSE dan MAE untuk Literasi Digital Syariah masing-masing sebesar 0,729 dan 0,471, sedangkan untuk Perilaku Kompetitif sebesar 0,790 dan 0,626. Berdasarkan perbandingan kesalahan prediksi antara model PLS-SEM dan linear model (LM) benchmark, mayoritas indikator menunjukkan nilai RMSE dan MAE yang lebih rendah pada model PLS-SEM. Berdasarkan Hair et al. (2022), kondisi tersebut mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan prediksi pada tingkat sedang (medium predictive power). Secara keseluruhan, meskipun hasil evaluasi model fit menunjukkan tingkat kecocokan yang belum optimal, model struktural yang dikembangkan tetap memiliki relevansi prediktif yang baik dan kemampuan prediksi yang memadai dalam menjelaskan Literasi Digital Syariah dan Perilaku Kompetitif pada UMKM halal.

Pengujian Hipotesis

Tabel 9. Hasil Uji Signifikansi dan Relevansi (Bootstrapping)

	Path coefficients	T values	P values	Hasil
X1 -> Y	0.335	4.513	0.000	Diterima
X1 -> Z1	0.185	2.855	0.004	Diterima
X2 -> Y	-0.357	4.479	0.000	Diterima
X2 -> Z1	0.566	9.942	0.000	Diterima
X3 -> Y	0.420	7.429	0.000	Diterima
X3 -> Z1	0.017	0.334	0.738	Ditolak
Z1 -> Y	0.424	8.753	0.000	Diterima

Sumber: Data diolah SEM-PLS 4, 2026

Berdasarkan Tabel diatas, hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Sikap terhadap Teknologi X1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Kompetitif Y dengan nilai path coefficient 0,335, T-Statistik 4,513, dan P-Value 0,000. Kemampuan Digital X2 berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Y dengan path coefficient -0,357, T-Statistik 4,479, dan P-Value 0,000. Faktor Lingkungan X3 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y dengan path coefficient 0,420, T-Statistik 7,429, dan P-Value 0,000. Literasi Digital Syariah Z1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y dengan path coefficient 0,424, T-Statistik 8,753, dan P-Value 0,000.

Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan digital tidak secara otomatis menghasilkan perilaku kompetitif yang lebih tinggi. Perspektif RBV menjelaskan bahwa kepemilikan sumber daya dan kapabilitas internal belum tentu menghasilkan keunggulan bersaing apabila tidak mampu menciptakan nilai strategis bagi organisasi (Barney, 1991). Oleh karena itu, kemampuan digital yang bersifat teknis perlu didukung oleh kemampuan lain yang memungkinkan pemanfaatannya secara efektif dalam merespons kebutuhan pasar. Dalam konteks UMKM halal, literasi digital syariah berfungsi sebagai mekanisme yang mengubah kemampuan digital menjadi keunggulan kompetitif yang bernilai melalui pemanfaatan teknologi yang lebih tepat, produktif, dan sesuai dengan prinsip syariah.

Pengujian Mediasi

Tabel 10. Spesific Indirect Effect

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X3 -> Z1 -> Y	0.007	0.009	0.022	0.331	0.741
X1 -> Z1 -> Y	0.078	0.080	0.027	2.939	0.003
X2 -> Z1 -> Y	0.240	0.240	0.041	5.811	0.000

Sumber: Data diolah SEM-PLS 4, 2026

Uji mediasi dilakukan dengan melihat Specific Indirect Effects. Hipotesis mediasi diterima jika P-Value < 0,05. Hasil menunjukkan Literasi Digital Syariah Z1 memediasi secara parsial hubungan Sikap terhadap Teknologi X1 terhadap Perilaku Kompetitif Y dengan koefisien 0,078, T-Statistik 2,939, dan P-Value 0,003. Hal ini menunjukkan X1 berpengaruh langsung ke Y dan juga tidak langsung melalui Z1. Literasi Digital Syariah Z1 juga memediasi hubungan Kemampuan Digital X2 terhadap Perilaku Kompetitif Y dengan koefisien 0,240, T-Statistik 5,811, dan P-Value 0,000. Terdapat competitive mediation karena pengaruh langsung X2→Y negatif -0,357 sedangkan pengaruh tidak langsung X2→Z1→Y positif 0,240. Hal ini mengindikasikan bahwa tanpa Literasi Digital Syariah, Kemampuan Digital justru menurunkan Perilaku Kompetitif, namun dengan Literasi Digital Syariah, dampaknya menjadi positif. Sementara itu, Literasi Digital Syariah Z1 tidak memediasi hubungan Faktor Lingkungan X3 terhadap Perilaku Kompetitif Y karena P-Value 0,741 > 0,05.

PEMBAHASAN

Pengaruh Sikap terhadap Teknologi terhadap Literasi Digital Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sikap terhadap Teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Literasi Digital Syariah sehingga H1 diterima. Temuan ini sejalan dengan Technology Acceptance Model yang menjelaskan bahwa sikap positif terhadap teknologi dapat meningkatkan penerimaan dan pemanfaatan teknologi secara lebih optimal. Badda et al. (2025) juga menemukan bahwa sikap dan persepsi kemudahan penggunaan adalah prediktor terkuat dalam penerimaan teknologi pada UMKM. Pelaku UMKM yang memandang teknologi digital sebagai sarana yang bermanfaat, mudah digunakan, dan sesuai dengan kebutuhan bisnis cenderung lebih terdorong untuk memahami penggunaan teknologi secara bertanggung jawab sesuai prinsip-prinsip syariah. Hal ini menunjukkan bahwa sikap positif terhadap teknologi dapat meningkatkan kesadaran mengenai aspek kehalalan, transparansi, dan etika bisnis dalam lingkungan digital. Namun, perlu diingat bahwa kemampuan digital saja tidak cukup meningkatkan literasi digital syariah.

Pengaruh Kemampuan Digital terhadap Literasi Digital Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemampuan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Literasi Digital Syariah, sehingga H2 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan pelaku UMKM dalam mengoperasikan teknologi digital, mengelola informasi, dan memanfaatkan berbagai platform digital, maka semakin tinggi pula kemampuan mereka dalam memahami dan menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas bisnis digital. Kemampuan digital memungkinkan pelaku usaha memperoleh akses yang lebih luas terhadap informasi, edukasi, dan sumber pengetahuan terkait bisnis halal. Oleh karena itu, keterampilan digital menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kualitas literasi digital syariah UMKM halal di Indonesia.

Pengaruh Faktor Lingkungan terhadap Literasi Digital Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor Lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap Literasi Digital Syariah sehingga H3 ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa dukungan eksternal belum secara otomatis meningkatkan pemahaman syariah digital pelaku UMKM. Hasil sejalan dengan penelitian Manggor et al. (2024) yang menemukan bahwa ketersediaan fasilitas eksternal seringkali hanya berhenti pada tahap akses teknis, namun belum menyentuh substansi literasi yang bersifat spesifik. Namun, temuan ini berbeda dengan (Nugraheni & Darma, 2025) yang menekankan bahwa peran komunitas bisnis sangat krusial dalam membentuk literasi digital syariah.

Pengaruh Sikap terhadap Teknologi terhadap Perilaku Kompetitif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sikap terhadap Teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Kompetitif sehingga H4 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang memiliki pandangan positif terhadap teknologi digital cenderung lebih aktif dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan daya saing usahanya. Sikap positif terhadap teknologi mendorong pelaku usaha untuk lebih terbuka terhadap inovasi, lebih responsif terhadap perubahan pasar, serta lebih adaptif dalam menghadapi persaingan bisnis digital. Dengan demikian, sikap terhadap teknologi menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk perilaku kompetitif UMKM halal di era digital.

Pengaruh Kemampuan Digital terhadap Perilaku Kompetitif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemampuan Digital berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Kompetitif sehingga H5 diterima, namun arah hubungan yang ditemukan berbeda dari ekspektasi umum. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kemampuan digital tidak selalu diikuti oleh peningkatan perilaku kompetitif. Arofah et al. (2025) menemukan fenomena serupa di mana kemampuan digital yang tinggi tanpa arah strategi yang jelas justru menyebabkan *overwhelmed* atau kebingungan informasi, yang menghambat pengambilan keputusan kompetitif. Salah satu penyebabnya adalah bahwa

kemampuan digital yang dimiliki pelaku UMKM lebih banyak digunakan untuk aktivitas operasional dan administratif dibandingkan untuk pengembangan strategi kompetitif. Selain itu, pelaku usaha yang memiliki kemampuan digital tinggi menghadapi tingkat kompleksitas dan persaingan yang lebih besar sehingga tidak secara langsung meningkatkan perilaku kompetitifnya. Berbeda dengan Triana et al. (2025) menemukan bahwa kemampuan digital berbanding lurus dengan keunggulan bersaing. Sedangkan temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan digital saja belum cukup untuk menciptakan keunggulan bersaing apabila tidak diimbangi dengan pemahaman mengenai pemanfaatan teknologi yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan bisnis.

Pengaruh Faktor Lingkungan terhadap Perilaku Kompetitif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Kompetitif sehingga H6 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa dukungan lingkungan eksternal memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing UMKM halal. Ketersediaan infrastruktur digital, dukungan pemerintah, akses terhadap platform digital, serta keberadaan komunitas bisnis mampu menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pelaku usaha untuk berinovasi dan mengembangkan strategi bisnis yang lebih kompetitif. Semakin baik lingkungan pendukung yang dimiliki, semakin besar peluang UMKM untuk meningkatkan kinerja dan daya saingnya di pasar digital.

Pengaruh Literasi Digital Syariah terhadap Perilaku Kompetitif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Digital Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Kompetitif sehingga H7 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap penggunaan teknologi digital yang sesuai dengan prinsip syariah dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi UMKM halal. Hasil ini sejalan dengan Razak dan Raking (2026) membuktikan bahwa UMKM yang menerapkan prinsip transparansi syariah melalui media digital mendapatkan tingkat kepercayaan konsumen yang lebih tinggi, yang secara langsung meningkatkan daya saing atau perilaku kompetitif mereka dibanding pesaing konvensional. Literasi digital syariah memungkinkan pelaku usaha menjalankan aktivitas bisnis secara lebih transparan, jujur, dan sesuai dengan nilai-nilai halal yang menjadi kebutuhan konsumen Muslim. Kondisi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat posisi kompetitif UMKM halal dalam ekosistem digital.

Peran Mediasi Literasi Digital Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Digital Syariah memediasi secara parsial pengaruh Sikap terhadap Teknologi terhadap Perilaku Kompetitif sehingga H8 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa sikap positif terhadap teknologi tidak hanya mampu meningkatkan perilaku kompetitif secara langsung, tetapi juga melalui peningkatan literasi digital syariah. Dengan kata lain, semakin positif sikap pelaku UMKM terhadap teknologi, semakin tinggi literasi digital syariahnya, yang pada akhirnya mendorong peningkatan perilaku kompetitif.

Pengaruh Kemampuan Digital terhadap Perilaku Kompetitif melalui Literasi Digital Syariah

Literasi Digital Syariah juga terbukti memediasi pengaruh Kemampuan Digital terhadap Perilaku Kompetitif sehingga H9 diterima. Menariknya, penelitian ini menemukan adanya competitive mediation, yaitu ketika pengaruh langsung Kemampuan Digital terhadap Perilaku Kompetitif bersifat negatif, sedangkan pengaruh tidak langsung melalui Literasi Digital Syariah bersifat positif. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan digital tidak secara otomatis menghasilkan perilaku kompetitif yang lebih baik. Kemampuan digital baru dapat memberikan dampak positif terhadap daya saing ketika disertai dengan pemahaman mengenai penggunaan teknologi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, Literasi Digital Syariah berperan sebagai mekanisme penting yang mengubah kemampuan digital menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi UMKM halal.

Pengaruh Faktor Lingkungan terhadap Perilaku Kompetitif melalui Literasi Digital Syariah

Literasi Digital Syariah tidak terbukti memediasi pengaruh Faktor Lingkungan terhadap Perilaku Kompetitif sehingga H10 ditolak. Hal ini disebabkan karena Faktor Lingkungan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Literasi Digital Syariah. Dengan demikian, pengaruh Faktor Lingkungan terhadap Perilaku Kompetitif terjadi secara langsung tanpa melalui Literasi Digital Syariah. Temuan ini mengindikasikan bahwa dukungan eksternal lebih berperan dalam menciptakan kondisi yang mendukung peningkatan daya saing dibandingkan dalam membentuk pemahaman syariah digital pelaku UMKM.

Kontribusi Teoritis

Kontribusi teoretis utama penelitian ini terletak pada ditemukannya fenomena competitive mediation pada hubungan antara kemampuan digital dan perilaku kompetitif UMKM halal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan digital memiliki pengaruh langsung yang negatif terhadap perilaku kompetitif, namun memberikan pengaruh tidak langsung yang positif melalui literasi digital syariah. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan digital yang bersifat teknis belum cukup untuk menghasilkan keunggulan bersaing apabila tidak disertai dengan kemampuan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas bisnis digital. Dengan demikian, literasi digital syariah berperan sebagai mekanisme yang mengubah kemampuan digital menjadi sumber daya strategis yang bernilai. Temuan ini memperluas perspektif Resource-Based View (RBV) dan memperkaya kajian mengenai perilaku kompetitif UMKM halal dalam ekosistem digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Perilaku Kompetitif UMKM halal dipengaruhi oleh Sikap terhadap Teknologi, Faktor Lingkungan, Kemampuan Digital, dan Literasi Digital Syariah. Hasil analisis menunjukkan bahwa Sikap terhadap Teknologi, Faktor Lingkungan, dan Literasi Digital Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Kompetitif, sedangkan Kemampuan Digital berpengaruh negatif dan signifikan. Selain itu, Sikap terhadap Teknologi dan Kemampuan Digital terbukti meningkatkan Literasi Digital Syariah, sementara Faktor Lingkungan tidak berpengaruh signifikan. Literasi Digital Syariah juga terbukti memediasi pengaruh Sikap terhadap Teknologi dan Kemampuan Digital terhadap Perilaku Kompetitif. Temuan utama penelitian ini adalah adanya competitive mediation pada hubungan Kemampuan Digital dan Perilaku Kompetitif, yang menunjukkan bahwa kemampuan digital baru mampu meningkatkan daya saing apabila diiringi pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip syariah.

Secara teoritis, penelitian ini menegaskan peran Literasi Digital Syariah sebagai mekanisme penting yang menghubungkan teknologi dan kemampuan digital dengan daya saing UMKM halal. Secara praktis, program transformasi digital perlu disertai penguatan literasi digital syariah agar kemampuan digital dapat menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Keterbatasan penelitian meliputi penggunaan data cross-sectional, cakupan responden yang terbatas pada UMKM halal pengguna platform digital, serta kemampuan model yang hanya menjelaskan sekitar 50% variasi Perilaku Kompetitif. Oleh karena itu, pemerintah dan pemangku kepentingan perlu memperkuat program literasi digital syariah, sedangkan penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain serta memperluas cakupan penelitian.

REFERENSI

- Adhariah, A. (2026). *Beyond Certification : Reconceptualizing Muslim Consumer Trust In The Halal Economy Through Religiosity , Digital Engagement , And Ethical*. 4(2), 234–244.
- Adinugraha, H. H., Fikri, M. K., & Andrean, R. (2024). *Halal Industry , Digital Economy ,*

- And Creative Economy : Challenges And Opportunities For Msmes In Indonesia*. 6(2), 155–182. <https://doi.org/10.21580/Jiemb.2024.6.2.23588>
- Akhmad, K. A. (2021). *Digital Technology Adoption To Support Sustainable Innovation Among Msmes In Indonesia*. 158. <https://doi.org/10.24034/J25485024.Y2025.V9.I3.7221>
- Arianty, E., Marsono, M., Indrawati, I., & Risnandar, R. (2025). Empowering Sharia-Based Msmes And Financial Institutions To Enhance The Halal Industry Ecosystem. *Journal Of Islamic Economics Lariba*, 11(1), 297–332. <https://doi.org/10.20885/Jielariba.Vol11.Iss1.Art12>
- Arofah, T., Ramadhanti, W., Aini, N., Jati, P., Rusmana, O., Soedirman, J., & Jenderal, U. (2025). *Enhancing MSME Performance Through Halal Literacy, AIS, And Digital Marketing*. 15(04), 900–908. <https://doi.org/10.22219/Jrak.V15i4.40474>
- Athia, I., Soetjipto, B. E., & Murwani, D. (2025). *Optimizing MSME Business Networks Through Innovation And Digital Platforms For Competitive Advantage*. 10, 671–687.
- Azizah, Y. J. (2025). *Transformation Of Indonesia ' S Halal Industry : A Literature Review On Digital Innovation , Certification Policy , And Ecosystem Synergy (2020 – 2025)*. 2(2), 1–11.
- Azzahra, S. (2025). *Indonesian Msmes ' Survival Strategies In Facing Global Competition : A Systematic Literature Review*. 2(2), 116–130.
- Badawi, A., & Pancabudi, U. (2025). *Digital Transformation In Islamic Banking : Its Impact On Islamic Economics In Indonesia*. 1(1), 9–15.
- Badda, A., Acceptance, T., Tam, M., Review, L., & Journal, I. (2025). *Technology Acceptance Model (TAM) : Literature Review Atmane Badda To Cite This Version : HAL Id : Hal-053349206(11)*, 459–492.
- Barney, J. B. (1991). Firm Resources And Sustained Competitive Advantage. *Journal Of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Candraningtyas, M., & Rahmawati, Y. (2025). Digital Capabilities, Islamic Financial Literacy, Orientation Driving Online MSME Sustainability. *Economic, Journal Innovation, Business*, 02(3).
- Davis, F. D. (1989). *Information Technology Introduction*. 13(3), 319–340.
- Dupi, M., & Baloch, I. U. (2025). *Digital Transformation In The Halal Industry : A Bibliometric Analysis Of Global Research*. 1(2), 221–235.
- Efrina S, L., Azmi, M., Primadiva, P. P., Utama, A. N. B., & Anggun, D. (2024). Application Of RBV Theory In Measuring The Success Of MSME Competitive Advantage Business Strategies In The Era Of Uncertainty. *Electronic Journal Of Education, Social Economics And Technology*, 5(2), 495–510. <https://doi.org/10.33122/Ejeset.V5i2.722>
- Egim, A. S., Wardi, Y., Padang, U. N., & Padang, K. (2025). *Innovation Capability And Sustainability Of Micro , Small , And Medium-Sized Enterprises (Msmes) : A Systematic*. 11(October), 249–268.
- Eravia, D. (N.D.). *Meningkatkan Daya Saing UMKM Melalui Integrasi Resource Based View (RBV) Dan Digital Marketing : Tinjauan Literatur Empiris Improving The Competitiveness Of Msmes Through The Integration Of Resource- Based View (RBV) And Digital Marketing : An Empirical Literature Review*. September 2025.
- Eskasari Putri1, A., Mukhammad Akbar2, T., Tawfeeq, Y., Alabdullah3, K., Jundi Ar-Ridho4, A. S. A., & Windi Amelia, A. (2025). *Dynamic Capability Theory : Digital Transformation As A Sustainable Competitive Performance Strategy For Msmes*.
- Evinita, L. L., Elisabeth, J., Tangkau, M., Pesak, P. J., & Cahyono, S. (2025). *Policy Framework To Improve MSME Competitiveness And Financial Performance With Indonesia ' S Asta Cita Vision Goals*. 1–25.

- Ferdianto, R., Nurcahyo, S. A., Damayanti, A. I., Pratondo, K., Kusumawati, D. A., Studi, P., Digital, B., Studi, P., Manajemen, B., Waluyo, U. N., Manajemen, P. S., Studi, P., Ritel, M., Manajemen, P. S., Islam, U., & Agung, S. (2025). *Digital Literacy , Islamic Value Co-Creation And Innovation Capability : In Improving The Sustainability Of Msme ' S Performance In The*. 26(2), 124–143.
- Hair, J. F., Sharma, P. N., Chin, W. W., Sarstedt, M., Ringle, C. M. (2026). A Multimethod SEM Framework For Analyzing Models With Latent Variables. *Journal Of Global Marketing*, 39(2), 167–182. <https://doi.org/10.1080/08911762.2026.2638909>
- Hanif, A. Al, Zahro, K., Rifqi, M. S., Aziz, K., & Rusli, L. (2026). *Productive Waqf Governance Reform In The Digital Economy : A Comparative Legal Study*. 1(2), 101–120. <https://doi.org/10.20885/JILDEB.Vol1.Iss2.Art1>
- Haryanti, T. (2023). *A Comparative Analysis Review Of Digital Transformation Stage In Developing Countries*. 16(1), 150–167.
- Hatma Aura, R. (2025). Sharia Fintech As A Driver Of The National Digital Economy: A Study Period 2021–2025. *Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan*, 1000–1018.
- Held, P., Heubeck, T., & Meckl, R. (2026). *Boosting Smes ' Digital Transformation : The Role Of Dynamic Capabilities In Cultivating Digital Leadership And Digital Culture*. 1687–1715.
- Khairiah, D., Ahmadi, N., & Rahmani, B. (2025). *Digital Transformation Of Halal Food Msmes To Increase Competitiveness : A Qualitative Case Study Of Makcik Cam Traditional Culinary In Medan*. 2. <https://doi.org/10.24252/Lamaisyir.V12i2.59976>
- Kumar, J., Rani, V., Rani, M., & Rani, G. (2026). *Digital Transformation In Small And Medium-Sized Enterprises : Key Insights For Entrepreneurs And Policymakers To Cultivate A Future-Ready Business*. 5(2), 217–234. <https://doi.org/10.1108/DTS-10-2024-0192>
- Kurniawan, P., Andi Pajolloi, B., & Haekal Fajri, A. (2026). Digitalization, Social Media, And Strategic Innovation In Msmes: Scopus-Based Bibliometric Trends (2015-2025). *Journal Of Social And Political Sciences*, 9, 66–79. <https://doi.org/10.31014/Aior.1991.09.01.616>
- Lemhannas, J., Jlri, R. I., Utomo, B., & Setiyono, Y. Y. (2024). *Leveraging Digital Technology In Micro Smes To Enhance Indonesia ' S Economic Prosperity*. 12(3), 391–402. <https://doi.org/10.55960/Jlri.V12i3.985>
- Manggor, E. M. (2024). *The Influence Of Digital Transformation Based On Religious Ethics On MSME Performance In The Industry 4.0 Era*. 8(2), 193–203. <https://doi.org/10.28918/Ijibec.V8i2.8853>
- Maniam, S. (2025). *Determinants Of Islamic Fi Ntech Adoption : A Systematic Literature Review*. September, 2916–2936. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2023-0373>
- Nofi Puji Lestari, Z. C. (2025). Transformasi Digital Dan Ketahanan UMKM: Systematic Literature Review (SLR). *Jambura Economic Education Journal*, 7(1), 355–372.
- Novianti, E., & Aligarh, F. (2025). *Msme Adoption Of Cloud Accounting : A Tam And Utaut Perspective*. April, 442–463.
- Nugraheni, P., & Darma, E. S. (2025). *Adoption Of Digital Technology And Financial Knowledge : Strategies For Achieving Sustainable Performance Of Msmes*. 2023, 1–15.
- Nurqamarani, A. S. (2021). *Technology Adoption In Small-Medium Enterprises Based On Technology Acceptance Model : A Critical Review*. 7(2), 162–172.
- Pasaribu, P. N. (2025). *Investigating Technological And Organizational Leverages Of Digital Learning Adoption In Halal Msmes Using The TOE-TAM Framework And The PLS-SEM Approach*. 15(6), 29475–29482.
- Prasetyani, D., Cahyadin, M., & Indriawati, R. M. (2024). *Does Technology Adoption Matter*

- For Smes ? A Literature Review.* <https://doi.org/10.1108/JEPP-09-2023-0090>
- Razak, S., & Raking, J. (2026). *Assessing Halal Awareness And Digital Transformation In Traditional Market-Based Mses : Development Of The Halal-Tech Maturity Index.* 9(January), 70–88.
- Rosyad, S., & Harsono, M. (2021). *Pentingnya Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use : Dalam Teknologi Informasi.* 5, 86–92.
- Salsabila, A. Z., Aziz, F. H., & Kholis, N. (2025). *Global Journal Of Economic And Challenges And Strategies To Enhance The Competitiveness Of Indonesian Halal Msmes In The Global Market.* 02(June), 396–404. <https://doi.org/10.55677/GJEFR/06-2025-Vol02E6>
- Sirait, F. Y. (2026). *Digitalizing Sharia-Based Msmes In A Value-Oriented Islamic Economic System.* 1(1), 36–45.
- Sunarta, D. A., Apriliani, R., Prasetya, A., Ramadhaningsih, D., & Mandar, P. (2025). *Halal Certification And Value Addition For MSME Products : A Literature Review On Government Initiatives And Regulatory Frameworks.* 2(2), 104–115.
- Susanto, A. A., Lu, J., Suprayitno, A., & Hadi, N. H. (2026). *A Bibliometric-Systematic Review Of Digital Transformation In Indonesia ' S Economic Development.* 8(1).
- Triana, A., Nirwana, Nurfadilla, & Hasni. (2025). *Peran Sumber Daya Manusia Terhadap Digitalisasi Studi Kelayakan Bisnis Era 4.0.* 2(2), 265–273.
- Zamani, S. Z. (2026). *Small And Medium Enterprises (Smes) Facing An Evolving Technological Era : A Systematic Literature Review On The Adoption Of Technologies In Smes.* 25(6), 735–757. <https://doi.org/10.1108/EJIM-07-2021-0360>