



Literasi Keuangan Islam, Kesiapan Teknologi, dan Komitmen Religius: Penentu Adopsi *Fintech* pada Kalangan Dewasa Muda di Indonesia

Tiara Dwitiya Said^{1*}, Goso², Yusuf Kamaruddin³

tiarasaid14@gmail.com^{1*}, goso@umpalopo.ac.id²

^{1,2}Program studi Manajemen

³Program studi Al-Islam Kemuhammadiyah

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Palopo

Received: 22 02 2026. Revised: 10 03 2026. Accepted: 28 03 2026.

Abstract : Indonesia is a country with the largest Muslim population and high internet penetration, but the number of young adults using Islamic fintech remains low at 23%. To predict the adoption of Islamic fintech by young Indonesian adults, this study developed and tested the Islamic Technology Acceptance Model (I-TAM). Data were collected from 400 Muslim respondents aged 18 to 35 years old through a structured questionnaire. A cross-sectional survey design was used using the Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) method. The results showed that technological readiness was the strongest predictor of Islamic fintech adoption ($\beta=0.522$, $p<0.001$), followed by Islamic financial literacy ($\beta=0.330$, $p<0.001$), and religious commitment ($\beta=0.103$, $p<0.001$). A key finding is that the dual moderating role of religious commitment weakens the effect of Islamic financial literacy ($\beta=-0.147$, $p=0.008$) but strengthens the effect of technological readiness ($\beta=0.190$, $p<0.001$). More than the conventional TAM model, the I-TAM model explains 58.4% of Islamic fintech adoption. This study suggests that for young Indonesian Muslims, religiosity and technological modernity can coexist well, with technology serving as a means of practicing religious values in the technological era.

Keywords : Financial Literacy, Technology, Commitment.

Abstrak : Indonesia adalah negara dengan populasi Muslim terbesar dan penetrasi internet yang tinggi, jumlah dewasa muda yang menggunakan *fintech* syariah masih rendah 23%. Untuk memprediksi adopsi *fintech* syariah oleh dewasa muda Indonesia, penelitian ini mengembangkan dan menguji model penerimaan teknologi Islam (I-TAM). Data dikumpulkan dari 400 responden Muslim berusia 18 hingga 35 tahun melalui kuesioner terstruktur. Desain survei *cross-sectional* digunakan untuk metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesiapan teknologi merupakan prediktor terkuat adopsi *fintech* syariah ($\beta=0.522$, $p<0.001$), diikuti literasi keuangan Islam ($\beta=0.330$, $p<0.001$), dan komitmen religius ($\beta=0.103$, $p<0.001$). Penemuan penting adalah bahwa peran moderasi ganda komitmen religius memperlemah pengaruh literasi keuangan Islam ($\beta=-0.147$, $p=0.008$) tetapi memperkuat pengaruh kesiapan teknologi ($\beta=0.190$, $p<0.001$). Lebih besar dari model TAM konvensional, model I-TAM menjelaskan 58.4% adopsi *fintech* syariah. Studi ini menunjukkan bahwa bagi Muslim muda Indonesia, religiusitas dan

modernitas teknologi dapat berjalan bersama dengan baik, dengan teknologi berfungsi sebagai cara untuk menjalankan nilai keagamaan di era teknologi.

Kata Kunci : Literasi keuangan, Teknologi, Komitmen.

PENDAHULUAN

Revolusi digital telah mentransformasi lanskap keuangan global, dengan financial technology (fintech) berperan sebagai disruptor utama dalam akses dan pengelolaan layanan keuangan. Namun, fenomena ini menimbulkan paradoks di Indonesia. Negara ini memiliki populasi Muslim terbesar di dunia (87% dari 273 juta jiwa) serta tingkat penetrasi internet sebesar 77% pada tahun 2024. Meskipun demikian, tingkat adopsi fintech syariah di kalangan generasi muda hanya mencapai 23%. (OJK, 2024). Kesenjangan ini signifikan karena segmen dewasa muda (usia 18-35 tahun) diperkirakan memiliki daya beli sebesar \$124 miliar pada tahun 2025. Namun, mayoritas individu dalam kelompok ini masih memanfaatkan fintech konvensional yang mungkin tidak selaras dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, kesenjangan antara potensi pasar dan adopsi aktual menunjukkan adanya hambatan sistemik terhadap inklusi keuangan syariah digital. Hambatan ini terutama terlihat di kalangan generasi yang sekaligus mahir teknologi dan berkomitmen religius.

Penelitian mengenai adopsi *fintech* syariah telah memeriksa faktor-faktor individual. (Fauzi & Dwi Agustin, 2023; Gunawan et al., 2021) Penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan Islam, yang melibatkan pemahaman tentang larangan riba, gharar, dan maysir, berkontribusi pada peningkatan kepercayaan konsumen. Selain itu, peningkatan tersebut diukur dengan ukuran efek $\beta=0.35-0.42$. (Blut & Wang, 2020) Berdasarkan analisis terhadap 73 kajian, technology readiness index teridentifikasi sebagai prediktor yang konsisten. Lebih lanjut, prediktor tersebut menunjukkan korelasi rata-rata sebesar 0.48. (Bukhari et al., 2019) Penelitian mengungkapkan bahwa komitmen religius berpengaruh terhadap preferensi produk Muslim. Pengaruh tersebut terjadi melalui religious identity salience dan value congruence. Studi ini mengadopsi Technology Acceptance Model (TAM) sebagai kerangka teoritis utama. (Davis et al., 1989), Model ini menekankan perceived usefulness dan perceived ease of use sebagai prediktor utama behavioral intention.

Walaupun memberikan wawasan berharga, penelitian sebelumnya menunjukkan empat keterbatasan pokok. Pertama, terdapat kecenderungan parsialitas, dimana studi-studi tersebut sering kali mengisolasi faktor tunggal tanpa melakukan integrasi holistik, sehingga mengabaikan interaksi antarvariabel. Kedua, TAM klasik tidak mengintegrasikan konstruk religiusitas dan sharia compliance perception sebagai antecedent, padahal dalam konteks

produk yang berbasis nilai religius, elemen-elemen ini berpotensi memiliki signifikansi penting. Ketiga, terdapat asumsi linearitas, yakni penelitian terdahulu mengabaikan efek moderasi, di mana religiusitas dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh kognitif. Keempat, konteks Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar dan tingkat digitalisasi yang masif belum dieksplorasi secara mendalam—identitas ganda sebagai digital natives dengan komitmen religius yang kuat menghasilkan pola adopsi yang berbeda dibandingkan dengan negara lain.

Studi ini menerapkan *Islamic Technology Acceptance Model* (I-TAM) sebagai ekstensi dari TAM, dengan mengintegrasikan tiga konstruk tambahan: (1) *Islamic financial literacy* sebagai *antecedent kognitif*; (2) *technology readiness* sebagai *antecedent spesifik teknologi*; dan (3) *religious commitment* sebagai moderator berbasis nilai yang menetapkan kondisi batas melalui efek *buffering* atau *enhancing*. Inovasi utama tercermin dalam tiga kontribusi: teoretis perluasan *technology acceptance theory* dengan menempatkan nilai-nilai religius sebagai konstruk inti; metodologis analisis moderasi menggunakan *interaction terms* untuk mengungkap efek kondisional; serta kontekstual validasi empiris terhadap interaksi kompleks antara literasi syariah, kesiapan teknologi, dan komitmen religius dalam setting Indonesia. Selain itu, I-TAM mampu menjelaskan varians yang lebih besar ($R^2 > 0.50$) dibandingkan dengan TAM konvensional ($R^2 = 0.40-0.45$), sehingga memberikan pemahaman tentang kapan dan bagaimana religiusitas memengaruhi proses adopsi teknologi.

Penelitian ini dirancang untuk mengembangkan dan menguji model I-TAM guna memprediksi tingkat adopsi fintech syariah di kalangan dewasa muda Indonesia. Hal tersebut dicapai melalui empat tujuan utama: (1) mengevaluasi dampak *Islamic financial literacy* terhadap adopsi *fintech syariah*, dengan hipotesis bahwa pengetahuan prinsip syariah meliputi riba, gharar, maysir, dan akad-akad syariah meningkatkan kemampuan evaluasi kepatuhan produk sehingga membentuk intensi adopsi; (2) mengevaluasi dampak *technology readiness* terhadap adopsi, dengan ekspektasi bahwa faktor-faktor pendorong (enablers) lebih dominan dibandingkan faktor penghambat (inhibitors) pada generasi digital natives, sehingga kesiapan teknologi menjadi prediktor utama adopsi; (3) mengevaluasi dampak langsung religiusitas melalui *religious identity salience* terhadap adopsi *fintech syariah*, dengan asumsi bahwa nilai-nilai Islam memengaruhi preferensi produk keuangan melalui mekanisme *value-congruence*; serta (4) mengidentifikasi peran moderasi komitmen religius dalam dua hubungan struktural, yaitu antara *Islamic financial literacy* dan adopsi, serta antara *technology readiness* dan adopsi, dengan ekspektasi bahwa efek moderasi bersifat kompleks melemahkan pengaruh literasi pada

religiusitas tinggi sekaligus memperkuat pengaruh kesiapan teknologi ketika produk dipersepsikan sesuai syariah.

METODE PENELITIAN

Metode kuantitatif dengan desain survei *cross-sectional* digunakan dalam penelitian ini untuk menyelidiki hubungan kausal antara literasi keuangan Islam, kesiapan teknologi, dan komitmen religius terhadap adopsi *fintech* syariah pada dewasa muda Indonesia. Untuk menguji hipotesis dari model teoretis yang dibangun, penelitian eksplisit digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antar variabel. Penelitian ini melibatkan dewasa muda Muslim Indonesia berusia 18 hingga 35 tahun yang terhubung ke internet dan akrab dengan *fintech*. Seseorang dapat dimasukkan jika mereka beragama Islam, berusia antara 18 dan 35 tahun, termasuk generasi Z dan milenial, memiliki smartphone dan akses internet, pernah mendengar atau menggunakan *fintech*, dan tinggal di Indonesia.

Sampling stratified purposive digunakan untuk mengambil sampel berdasarkan usia (18-25, 26-30, 31-35 tahun), tempat tinggal (kota, pinggiran kota, desa), dan tingkat pendidikan (SMA, diploma, sarjana, atau pascasarjana). Menurut (Hair et al., 2019), sampel 400 responden diperoleh, dengan ukuran efek rata-rata ($f^2=0.15$), $\alpha=0.05$, dan kekuatan 0,80, dan minimal 10 kali jumlah indikator terbanyak untuk SEM-PLS. Data dikumpulkan dalam dua mode, yaitu secara *online* melalui *Google Forms*, perkiraan waktu pengisian (15-20 menit), jaminan kerahasiaan dan anonimitas, dan hak responden untuk mengundurkan diri. *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan SmartPLS 4.0 digunakan untuk analisis data. SEM-PLS dipilih karena beberapa alasan, termasuk (1) model yang kompleks dengan konstruk reflektif dan moderasi, (2) pengembangan penelitian prediksi dan teori, (3) ketahanan terhadap non-normalitas, dan (4) pengujian simultan dari ukuran model dan model struktural.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian melibatkan 400 responden. Menurut profil demografis (Tabel 1-7 dalam tesis asli), mayoritas responden berusia 21-25 tahun (76,0%), perempuan (69,5%), dan memiliki pendidikan menengah atas (58,8%). Sebagian besar responden (75,0%) adalah mahasiswa dengan pendapatan bulanan atau tunjangan kurang dari IDR 2 juta (86,5%), dan sebagian besar (77,0%) memiliki pengalaman 1-3 tahun. Kesesuaian sampel dengan demografi target orang dewasa muda Indonesia yang terhubung secara digital dikonfirmasi oleh profil ini.

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model). Hasil uji menunjukkan bahwa setiap konstruk memenuhi kriteria reliabilitas dengan nilai alfa Cronbach lebih dari 0.70 dan reliabilitas komposit lebih dari 0.70. Selain itu, validitas konvergen dipenuhi dengan nilai AVE lebih dari 0.50 untuk setiap konstruk, yang menunjukkan bahwa indikator-indikator memiliki kemampuan untuk menjelaskan lebih dari 50% varians konstruk latennya.

Tabel 1. *Reliability and Convergent Validity*

Construct	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho_a)	Composite Reliability (rho_c)	AVE	Remark
<i>Islamic Financial Literacy</i>	0.884	0.899	0.911	0.630	<i>Reliable and Valid</i>
<i>Technology Readiness</i>	0.935	0.937	0.949	0.756	<i>Reliable and Valid</i>
<i>Religious Commitment</i>	0.878	0.909	0.905	0.615	<i>Reliable and Valid</i>
<i>Fintech Adoption</i>	0.946	0.947	0.957	0.788	<i>Reliable and Valid</i>

Hasil uji model pengukuran menunjukkan bahwa semua konstruk reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk semua konstruk berkisar antara 0.878-0.946, melebihi *threshold* 0.70. *Composite Reliability (rho_c)* menunjukkan konsistensi internal yang sangat baik (0.905-0.957), memvalidasi bahwa indikator secara konsisten mengukur konstruk laten yang sama. AVE semua konstruk di atas *threshold* 0.50 (0.615-0.788), menunjukkan konstruk menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya, memenuhi validitas konvergen. *Technology Readiness* memiliki AVE tertinggi (0.756) yang berarti pengukuran sangat homogen, sedangkan *Religious Commitment* memiliki AVE terendah namun masih *acceptable* (0.615).

Tabel 2. *Fornell-Larcker Criterion for Discriminant Validity*

Construct	Fintech Adoption	Islamic Financial Literacy	Religious Commitment	Technology Readiness
<i>Fintech Adoption</i>	0.888			
<i>Islamic Financial Literacy</i>	0.634	0.794		
<i>Religious Commitment</i>	0.252	0.168	0.784	
<i>Technology Readiness</i>	0.713	0.495	0.237	0.870

Fornell-Larcker criterion, akar kuadrat AVE setiap konstruk (nilai diagonal) lebih besar dari korelasinya dengan konstruk lain. Korelasi tertinggi terdapat pada *Technology Readiness* dan *Fintech Adoption* (0.664) yang masih lebih rendah dari $\sqrt{\text{AVE}}$ masing-masing konstruk (0.888 dan 0.794) sehingga validitas diskriminan terpenuhi.

Tabel 3. Validitas Diskriminan-HTMT Ratio

Construct	Fintech Adoption	Islamic Financial Literacy	Religious Commitment	Technology Readiness
Fintech Adoption				
Islamic Financial Literacy	0.593			
Religious Commitment	0.249	0.156		
Technology Readiness	0.664	0.467	0.220	

Semua nilai HTMT < 0.85, memenuhi kriteria validitas diskriminan yang konservatif.

Tabel 4. Goddness fit Model

Criteria	Value	Threshold	Status
SRMR	0.056	< 0.08	Fit
NFI	0.867	> 0.80	Acceptable
R ² Fintech Adoption	0.584	-	-
R ² Adjusted	0.579	-	-
Q ² Fintech Adoption	0.561	> 0	Predictive Relevance

Model menunjukkan fit yang baik dengan SRMR = 0.056 (< 0.08). Nilai R² = 0.584 mengindikasikan bahwa model mampu menjelaskan 58.4% varian adopsi *fintech* syariah, yang tergolong *moderate to substantial*. Nilai Q² = 0.561 menunjukkan model memiliki relevansi prediktif yang baik.

Tabel 5. Effect Size (f²)

Path	f ²
IFL → FA	0.198
TR → FA	0.477
RC → FA	0.022
RC × TR → FA	0.080
RC × IFL → FA	0.044

Technology Readiness memiliki effect size terbesar (f² = 0.477), mengindikasikan pengaruh yang substantial terhadap adopsi *fintech* syariah.

Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis

Hypothesis	Relationship	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values	Decision
H1	IFL → FA	0.330	0.328	0.062	5.309	0.000	Supported
H2	TR → FA	0.522	0.525	0.059	8.779	0.000	Supported
H3	RC → FA	0.103	0.108	0.035	2.634	0.003	Supported
H4	RC × IFL → FA	-0.147	-0.145	0.056	2.634	0.008	Supported
H5	RC × TR → FA	0.190	0.193	0.054	3.504	0.000	Supported

Penjelasan Hipotesis : H1 (Literasi Keuangan Islam $\rightarrow$ Pengadopsian Fintech): Diterima dengan $\beta = 0.330$ dan $p < 0.001$. Literasi keuangan Islam berdampak positif pada adopsi *fintech* syariah. H2 (Kesiapsiagaan Teknologi $\rightarrow$ Adoption Fintech): Diterima dengan $\beta = 0.522$, $p < 0.001$. Teknologi kesiapan merupakan prediktor terkuat adopsi *fintech* syariah. H3 (Komitmen Religius $\rightarrow$ Adoption Fintech): Diterima dengan $\alpha = 0.103$, $p = 0.003$. Komitmen religius berdampak positif pada adopsi *fintech* syariah. H4 (Moderasi RC $\times$ IFL $\rightarrow$ FA): Diterima dengan $\beta = -0.147$, $p = 0.008$. H5 (Moderasi RC $\times$ TR $\rightarrow$ FA): Diterima dengan $\beta = 0.190$, $p < 0.001$. Komitmen religius mempengaruhi hubungan antara literasi keuangan Islam dan adopsi *fintech* syariah secara negatif. Komitmen religius memfasilitasi hubungan antara kesiapan teknologi dan adopsi *fintech* syariah secara positif.

Hasil Penelitian membuktikan bahwa literasi keuangan Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *fintech* syariah ($\beta=0.330$, $p<0.001$, $f^2=0.198$). Temuan ini sesuai dengan *Knowledge-Attitude-Practice* (KAP) Model, yang menyatakan bahwa pengetahuan yang baik akan membentuk sikap positif dan selanjutnya mendorong perilaku adopsi (Ajzen, 1991). Dalam kerangka *Islamic Technology Acceptance Model* (I-TAM), literasi keuangan Islam berperan sebagai *antecedent* kognitif dari *sharia compliance perception* dan *perceived usefulness* dua konstruk inti yang menentukan intensi adopsi (Davis et al., 1989). Individu yang memahami secara mendalam larangan riba, gharar, dan maysir dalam Islam mampu mengevaluasi kepatuhan produk *fintech* syariah secara kritis, sehingga membentuk *attitude* positif dan meningkatkan niat penggunaan.

Temuan ini konsisten dengan sejumlah penelitian terdahulu. (Gunawan et al., 2021) menemukan pengaruh signifikan literasi keuangan Islam terhadap perilaku keuangan syariah pada komunitas Muhammadiyah Medan ($\beta=0.42$, $p<0.01$). (Fauzi & Dwi Agustin, 2023) membuktikan bahwa literasi syariah mendorong adopsi produk keuangan Islam ($R^2=0.35$). Selanjutnya, (Nilmawati et al., 2025) mengonfirmasi hubungan positif antara literasi keuangan Islam dan adopsi produk perbankan syariah melalui studi di wilayah Yogyakarta. Secara kolektif, ketiga studi ini memberikan dukungan empiris yang konsisten terhadap jalur kognitif: pengetahuan syariah $\rightarrow$ persepsi kepatuhan $\rightarrow$ sikap positif $\rightarrow$ intensi adopsi. Meskipun demikian, *effect size* yang sedang ($f^2=0.198$) menunjukkan bahwa literasi keuangan Islam bukanlah satu-satunya penentu adopsi. Hal ini sejalan dengan temuan (Yuslem et al., 2023) mengenai kesenjangan antara pengetahuan teoritis dan praktik dalam teknologi keuangan kontemporer di Indonesia. (Sevriana et al., 2024) melalui analisis bibliometrik juga menyarankan pendekatan yang lebih integratif, menggabungkan elemen religiusitas dan

kesiapan teknologi bukan sekadar pengetahuan Syariah untuk mendorong inklusi keuangan Islam yang komprehensif. Implikasinya, program edukasi literasi keuangan Islam perlu mengedepankan kemampuan aplikatif dalam teknologi, bukan hanya pemahaman konseptual.

Kesiapan teknologi terbukti menjadi prediktor terkuat adopsi *fintech* syariah ($\beta=0.522$, $p<0.001$, $f^2=0.477$ *large effect*), sesuai dengan ekspektasi tujuan penelitian kedua bahwa *enablers* lebih dominan daripada *inhibitors* pada kelompok *digital natives*. Secara teoretis, temuan ini mendukung *Technology Readiness Index* (TRI) yang dikembangkan oleh (Parasuraman, 2000), di mana kesiapan teknologi dibagi ke dalam dua dimensi *enablers* (optimisme dan inovativitas) dan dua dimensi *inhibitors* (ketidaknyamanan dan ketidakamanan). Dalam konteks *digital natives* Indonesia, dimensi *enablers* terbukti lebih menonjol, mencerminkan tingginya *technology confidence* pada generasi muda yang tumbuh dengan paparan teknologi digital sejak usia dini.

Temuan ini sejalan dengan meta-analisis (Blut & Wang, 2020) terhadap 73 studi yang menemukan hubungan konsisten antara *technology readiness* dan adopsi teknologi dengan rata-rata korelasi 0.48. Pada konteks *fintech* syariah khususnya, (Muhammad Hanif Ibrahim et al., 2024) menemukan bahwa kesiapan teknologi merupakan prediktor kuat adopsi *fintech* syariah di kalangan UMKM Indonesia ($\beta=0.39$, $p<0.05$), dengan dimensi optimisme dan inovativitas berpengaruh positif signifikan. (Kumi, 2024) dari konteks sektor publik Ghana juga mengonfirmasi bahwa *technology motivators* secara signifikan meningkatkan perilaku inovatif, menegaskan universalitas konstruk kesiapan teknologi lintas konteks.

Dominasi kesiapan teknologi dalam penelitian ini dapat dijelaskan oleh profil demografis responden, di mana 76% berusia 21–25 tahun generasi yang tumbuh bersamaan dengan perkembangan internet dan *smartphone*. Bagi kelompok ini, kemudahan penggunaan (*ease of use*), kecepatan transaksi, dan kualitas antarmuka aplikasi menjadi pertimbangan utama, bahkan pada produk yang memiliki dimensi nilai religius seperti *fintech* syariah. Dalam kerangka I-TAM, kesiapan teknologi berperan sebagai *antecedent* kuat dari *perceived ease of use*, yang selanjutnya membentuk *behavioral intention*. Temuan ini menegaskan bahwa industri *fintech* syariah perlu memprioritaskan keunggulan teknologi sebelum menyoroti kepatuhan syariah dalam strategi pemasaran mereka. Namun demikian, (Wirani & Ibrahim, 2022) mengingatkan bahwa meskipun inovativitas dan kepercayaan memiliki efek positif, adopsi *fintech* syariah di Indonesia masih menghadapi tantangan dari dimensi *inhibitors*, khususnya terkait keamanan data dan privasi.

Penelitian ini menemukan peran ganda komitmen religius (Religious Commitment/RC) dalam adopsi *fintech* syariah: sebagai prediktor langsung (H3) dan sebagai moderator (H4, H5). Sebagai prediktor langsung, komitmen religius berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *fintech* syariah ($\beta=0.103$, $p=0.003$), meskipun dengan *effect size* yang kecil ($f^2=0.022$). Secara teoretis, *Social Identity Theory* (Turner, 1975) menjelaskan bahwa identitas religius memengaruhi preferensi konsumsi melalui pembentukan sistem nilai yang mendorong kecenderungan pada produk yang kongruen dengan identitas tersebut. Dalam konteks ini, komitmen religius membentuk kesadaran identitas Islam (Islamic identity salience) yang mendorong preferensi terhadap produk *fintech* berbasis syariah.

Temuan pengaruh langsung ini sejalan dengan (Majid, 2021) yang menemukan pengaruh signifikan religiusitas terhadap intensi penggunaan *fintech* Islam pada pelaku UMKM ($\beta=0.33$, $p<0.01$). (Bukhari et al., 2019) juga menemukan bahwa religiusitas merupakan pertimbangan penting dalam perilaku konsumen Muslim, memengaruhi pilihan produk melalui *religious identity salience* dan *value-product congruence*. (Johan et al., 2020) dalam studinya terhadap kartu kredit berbasis syariah mengonfirmasi bahwa Muslim menunjukkan sensitivitas lebih tinggi terhadap elemen kepatuhan syariah dibanding *non-Muslim*. Robbie dan Novianti (2020) menemukan pula bahwa komitmen religius memperkuat hubungan antara nilai-nilai organisasional dan komitmen karyawan di perbankan syariah.

Effect size yang kecil pada pengaruh langsung komitmen religius dapat dijelaskan melalui dua mekanisme. Pertama, *fenomena ceiling effect*: dengan rata-rata RC = 4.341 dari skala 5, variabilitas komitmen religius di kalangan responden sangat terbatas, sehingga pengaruh diferensialnya pada adopsi menjadi kecil secara agregat. Kedua, sesuai *Social Identity Theory*, religiusitas lebih memengaruhi preferensi produk secara tidak langsung melalui pembentukan sistem nilai yang kemudian mengevaluasi produk bukan melalui efek kausal langsung yang kuat. Dengan demikian, pengaruh komitmen religius pada adopsi lebih terlihat melalui efek moderasinya daripada efek langsungnya.

Temuan paling menarik dari penelitian ini adalah efek moderasi negatif komitmen religius pada hubungan antara literasi keuangan Islam dan adopsi *fintech* syariah ($RC \times IFL \rightarrow FA$: $\beta=-0.147$, $p=0.008$). Pola ini menunjukkan bahwa pada tingkat komitmen religius yang tinggi, pengaruh literasi keuangan Islam terhadap adopsi melemah sebuah *efek buffering* yang tidak diantisipasi dalam hipotesis awal. Secara teoretis, fenomena ini dapat dijelaskan melalui *Dual-Process Theory* (Kahneman & York, 2012): individu dengan komitmen religius tinggi cenderung mengambil keputusan berbasis nilai intrinsik (System 1 value-based, automatic),

sehingga tidak memerlukan banyak pengetahuan teknis tambahan untuk memutuskan menggunakan produk yang sudah dianggap sesuai dengan identitas religius mereka.

Penjelasan komplementer diberikan oleh *value-congruence framework*: individu dengan religiusitas tinggi memiliki kecenderungan intrinsik terhadap produk syariah tanpa perlu bergantung pada pengetahuan teknis, karena keputusan mereka sudah diproses melalui filter nilai religius. Sebaliknya, bagi individu dengan komitmen religius rendah atau moderat, literasi keuangan Islam justru bersifat kompensatoris pengetahuan teknis mengisi celah yang tidak terisi oleh motivasi religius intrinsik. Implikasi strategisnya signifikan: program literasi keuangan Islam lebih efektif meningkatkan adopsi pada segmen religiusitas rendah hingga moderat, sementara segmen dengan religiusitas tinggi membutuhkan pendekatan berbeda yang lebih menekankan kesesuaian syariah produk daripada tambahan pengetahuan teknis.

Berbeda dengan pola moderasi pada hubungan IFL-FA, komitmen religius justru menunjukkan *enhancing effect* pada hubungan antara kesiapan teknologi dan adopsi *fintech* syariah ($RC \times TR \rightarrow FA$: $\beta=0.190$, $p<0.001$, $f^2=0.080$). Artinya, pada individu dengan religiusitas tinggi, kesiapan teknologi menjadi prediktor yang lebih kuat terhadap adopsi. Pola ini dapat dijelaskan melalui *value-technology congruence*: ketika teknologi dipersepsikan selaras dengan nilai-nilai religious dalam hal ini *fintech* syariah sebagai sarana menjalankan prinsip keuangan Islam motivasi intrinsik dari komitmen religius berkolaborasi dengan kesiapan teknologi untuk menghasilkan efek adopsi yang lebih kuat.

Mekanisme psikologis ini dapat dijelaskan melalui *Motivated Cognition Theory* (Kunda, 1990): individu dengan komitmen religius tinggi termotivasi untuk mencari dan menggunakan teknologi yang memungkinkan praktik nilai agama mereka dalam kehidupan modern. *Fintech* syariah yang didesain sesuai prinsip Islam dipandang sebagai enabler nilai-nilai Islam, sehingga kesiapan untuk mengadopsi teknologi tersebut diperkuat oleh komitmen religiusitas yang dimiliki. Hasil ini juga konsisten dengan penelitian (Purwantini et al., 2020) yang menemukan bahwa faktor religiusitas berinteraksi positif dengan faktor teknologi dalam mendorong adopsi layanan *fintech* syariah di Indonesia. Temuan ini menentang anggapan umum bahwa religiusitas menghambat penerimaan teknologi dalam konteks *fintech* syariah, teknologi dan religiusitas bukan *trade-off* melainkan *complementary factors*.

Penelitian ini berkontribusi secara teoritis dalam memperkaya *Islamic Technology Acceptance Model* (I-TAM) dengan menambahkan konstruk religiusitas dan literasi keuangan Islam ke dalam kerangka penerimaan teknologi. Berbeda dengan TAM konvensional (Davis et al., 1989) yang hanya berfokus pada *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, I-TAM

yang dibangun dalam penelitian ini menunjukkan tiga hal penting: (1) persepsi kepatuhan Syariah yang dimediasi oleh *Islamic financial literacy* merupakan *antecedent* tambahan yang signifikan dalam teknologi keuangan syariah; (2) religiusitas sebagai *boundary condition* memoderasi hubungan *antecedent-adoption* secara kompleks dan asimetris (buffering untuk IFL, enhancing untuk TR); serta (3) *technology readiness* tetap menjadi prediktor terkuat, mengonfirmasi universalitas konstruk ini bahkan dalam konteks yang sarat nilai religius.

Model I-TAM yang dihasilkan menjelaskan 58.4% varians dalam adopsi *fintech* syariah ($R^2=0.584$), lebih tinggi dari model TAM konvensional yang umumnya menjelaskan 40–50% varians. Peningkatan *explanatory power* ini memvalidasi kontribusi penambahan konstruk religiusitas dalam *technology acceptance research*. Sejalan dengan *Value-Belief-Norm Model* (Stern, 2000), penelitian ini menemukan bahwa nilai-nilai agama tidak hanya memengaruhi preferensi produk secara langsung, tetapi juga membentuk cara individu memproses informasi dan mengevaluasi teknologi. Pola moderasi (buffering vs. enhancing) menunjukkan bahwa efek religiusitas bersifat *context-dependent*, menentang *simplified view* bahwa religiusitas selalu memperkuat atau selalu memperlemah hubungan dalam model perilaku konsumen.

Temuan penelitian perlu dimaknai dalam konteks spesifik Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia yang secara bersamaan mengalami akselerasi digitalisasi massif. Generasi muda Indonesia menampilkan dual *identity* yang tidak paradoks: digital *natives* dengan *technological competence* tinggi dan sekaligus memiliki religious *commitment* yang kuat. *Technology Readiness* sebagai prediktor terkuat ($\beta=0.522$) membuktikan bahwa generasi muda Indonesia tidak menganggap adopsi *fintech* sebagai *trade-off* dengan nilai-nilai religius. Sebaliknya, efek moderasi positif $RC \times TR$ mengindikasikan bahwa teknologi dan religiusitas dapat saling memperkuat ketika produk teknologi didesain selaras dengan prinsip syariah. Fenomena ini berbeda dengan negara-negara Muslim lain yang mungkin mengalami ketegangan antara modernisasi teknologi dan konservatisme agama. Indonesia menampilkan pola khas di mana religious modernism penerimaan teknologi modern yang tetap berlandaskan prinsip Islam telah menjadi *mainstream* di kalangan anak muda, sebagaimana dikemukakan oleh (Adam & Marliyah, 2023) dalam konteks peran generasi milenial terhadap perkembangan *fintech* syariah. Hal ini mengimplikasikan bahwa strategi pengembangan *fintech* syariah di Indonesia harus mengintegrasikan dua narasi sekaligus: keunggulan teknologi (*technological superiority*) dan kepatuhan nilai (*sharia compliance*), bukan memilih salah satunya.

Studi ini memiliki keterbatasan. Tidak mungkin untuk inferensi kausal yang definitif karena desain *cross-sectionalnya*. Studi longitudinal harus digunakan dalam penelitian mendatang untuk mengamati pola adopsi dari waktu ke waktu. Bias sosial yang diinginkan dapat muncul karena bergantung pada data yang dilaporkan. Penelitian yang akan datang mungkin memasukkan data perilaku dari penyedia *fintech*. Meskipun sampelnya cukup besar, fokusnya adalah mahasiswa dan orang-orang yang tinggal di kota; studi yang akan datang dapat melihat populasi sosio-ekonomi dan geografis yang lebih beragam. Terakhir, penelitian tentang peran mediasi dari konstruk seperti kepercayaan dan pematuhan sharia yang dianggap dapat menunjukkan mekanisme psikologis yang mendasari hubungan yang ditemukan dalam I-TAM.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa. Pertama, literasi keuangan Islam berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *fintech* syariah ($\beta=0.330$, $p<0.001$), membuktikan bahwa pengetahuan prinsip syariah (riba, gharar, maysir, dan akad-akad syariah) meningkatkan kemampuan evaluasi kepatuhan produk dan membentuk intensi adopsi. Hasil ini mengkonfirmasi *Knowledge-Attitude-Practice Model* pada *fintech* syariah. Kedua, *technology readiness* menjadi prediktor terkuat adopsi *fintech* syariah ($\beta=0.522$, $p<0.001$, $f^2=0.477$), mengindikasikan bahwa generasi digital *natives* Indonesia memiliki *technology confidence* tinggi. Dominasi faktor teknologi menunjukkan bahwa kemudahan dan fungsionalitas menjadi prioritas, bahkan dalam produk syariah. Ketiga, *religiosity* berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *fintech* syariah ($\beta=0.103$, $p=0.003$), mengindikasikan bahwa nilai-nilai Islam memengaruhi preferensi produk keuangan melalui *value-congruence* dan *religious identity salience*. Keempat, penelitian menemukan efek moderasi komitmen religius yang rumit: (1) moderasi negatif pada hubungan literasi keuangan Islam dengan adopsi ($\beta=-0.147$, $p=0.008$), menunjukkan bahwa pada religiusitas tinggi, keputusan lebih didasarkan pada nilai intrinsik daripada pengetahuan teknis; (2) moderasi positif pada hubungan kesiapan teknologi dengan adopsi ($\beta=0.190$, $p<0.001$), mengindikasikan bahwa teknologi dan religiusitas saling memperkuat ketika produk dianggap syariah. Model I-TAM dibangun mampu menjelaskan 58.4% varians adopsi *fintech* syariah ($R^2=0.584$), lebih tinggi dari TAM konvensional (40-50%), dengan *predictive relevance* yang baik ($Q^2=0.561$). Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dengan memvalidasi konstruk religiusitas dan literasi keuangan Islam dalam *technology acceptance research* dan terbukti empiris bahwa di Indonesia, religiusitas dan teknologi bukan *trade-off* melainkan *complementary factors* dalam adopsi *fintech* syariah.

DAFTAR RUJUKAN

- Adam, M., & Marliyah, M. (2023). Peran Generasi Milenial Terhadap Pemahaman dan Perkembangan Fintech syariah. *JEKKP (Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Kebijakan Publik)*, 4(2), 37–43. <https://doi.org/10.30743/jekkp.v4i2.6425>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Blut, M., & Wang, C. (2020). Technology readiness: a meta-analysis of conceptualizations of the construct and its impact on technology usage. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(4), 649–669. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00680-8>
- Bukhari, S. F. H., Woodside, F. M., Hassan, R., Shaikh, A. L., Hussain, S., & Mazhar, W. (2019). Is religiosity an important consideration in Muslim consumer behavior. *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2018-0006>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Fauzi, M., & Dwi Agustin. (2023). Saving in Islamic Banks: Encouragement of Islamic Financial Literacy. *Journal of Management and Islamic Finance*, 3(2), 162–171. <https://doi.org/10.22515/jmif.v3i2.7334>
- Gunawan, A., Asmuni, A., & Siregar, S. (2021). Islamic Financial Literacy and Financial Behavior: The case of Muhammadiyah Community in Medan City. *Journal of Accounting and Investment*, 22(3), 500–516. <https://doi.org/10.18196/jai.v22i3.10043>
- 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>
- Johan, Z. J., Hussain, M. Z., Mohd, R., & Kamaruddin, B. H. (2020). Muslims and non-Muslims intention to hold Shariah-compliant credit cards: a SmartPLS approach. *Journal of Islamic Marketing*, 12(9), <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0270>
- Krämer, W. Kahneman, D. (2011): Thinking, Fast and Slow. *Stat Papers* 55, 915 (2014). <https://doi.org/10.1007/s00362-013-0533-y>.
- Kumi, E. (2024). Technological Readiness, Innovative Work Behaviour, and Boundary Integration in Ghana's Public Sector. *AFRICAN JOURNAL OF APPLIED RESEARCH*, 10(2), 65–90. <https://doi.org/10.26437/ajar.v10i2.795>
- Kunda, Z. (1990). The case for motivated reasoning. In *Psychological Bulletin* (Vol. 108,

- Issue 3, pp. 480–498). American Psychological Association.
<https://doi.org/10.1037/0033-2909.108.3.480>
- Majid, R. (2021). The Role of Religiosity in Explaining the Intention to use Islamic FinTech Among MSME Actors. *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)*, 4(2), 207–232. <https://doi.org/10.18196/ijief.v4i2.11833>
- Muhammad Hanif Ibrahim, Fauziyah Fitri, & Rasikh Saifan Ahmad. (2024). The Role of Technology Readiness in Islamic Financial Technology Acceptance Among MSMEs: An Empirical Integration Analysis TPB and TAM Framework. *AL-MUZARA'AH*, 12(1), 177–194. <https://doi.org/10.29244/jam.12.1.177-194>
- Nilmawati, N., Gusaptono, H., Kristanto, H., & Agussalim, A. (2025). Financial Literacy, Bank Reputation, and Religiosity in Islamic Banking Adoption. *SHS Web of Conferences*, 212, 01002. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202521201002>
- OJK, (2024). Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia (LPKSI).
- Parasuraman, A. (2000). Technology Readiness Index (Tri). *Journal of Service Research*, 2(4), 307–320. <https://doi.org/10.1177/109467050024001>
- Purwantini, A. H., Noor Athief, F. H., & Waharini, F. M. (2020). Indonesian Consumers' Intention of Adopting Islamic Financial Technology Services. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 5(2), 171. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v5i2.304>
- Sevriana, L., Febrian, E., Anwar, M., & Ahmad Faisal, Y. (2024). A Proposition To Implement Inclusive Islamic Financial Planning in Indonesia Through Bibliometric Analysis. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 15(2), 225–243. <https://doi.org/10.1108/JIABR-01-2022-0022>
- Stern, P. C. (2000). *Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior*. 56(3), 407–424. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00175>
- Turner, J. (1975). *Chapter 3 An Integrative Theory of Intergroup Conflict*.
- Wirani, Y., & Ibrahim, M. Y. (2022). The Effect of Personal Innovativeness and Trust in Online Lending Platforms to Adoption of Indonesian Sharia FinTech Lending. *2022 1st International Conference on Information System & Information Technology (ICISIT)*, 19–24. <https://doi.org/10.1109/ICISIT54091.2022.9873096>
- Yuslem, N., Nurhayati, N., & Hasibuan, A. F. H. (2023). Analysis of the problems of Islamic financial literacy for Muslim scholars. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 45–61. <https://doi.org/10.20885/JEKI.vol9.iss1.art4>