



# **ANALISIS DESKRIPTIF LITERASI DIGITAL KEUANGAN SYARIAH DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT ADOPSI LAYANAN DIGITAL BERBASIS AI PADA PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA**

**Muflihul Fadhil<sup>1</sup>, Tedi Hermansyah<sup>2</sup>, Faisal<sup>3</sup>, Iskandar Muda<sup>4</sup>, Andri Soemitra<sup>5</sup>,  
Yusrizal<sup>6</sup>**

<sup>1, 2, 3, 5, 6</sup> Universitas Islam Negeri Sumatera Utara,<sup>4</sup> Universitas Sumatera Utara

[1muflihulfadhil2002@gmail.com](mailto:muflihulfadhil2002@gmail.com), [2t3dyb3ar@gmail.com](mailto:t3dyb3ar@gmail.com), [2faisalh76@yahoo.co.id](mailto:faisalh76@yahoo.co.id)

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara deskriptif bagaimana literasi digital keuangan syariah dan tingkat religiusitas masyarakat memengaruhi minat adopsi layanan digital berbasis kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) pada perbankan syariah di Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menelaah berbagai sumber sekunder seperti laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bank Indonesia (BI), publikasi Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), serta literatur akademik terkini yang relevan dengan tema digitalisasi dan ekonomi syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi AI dalam perbankan syariah membawa perubahan signifikan terhadap cara bank memberikan pelayanan kepada nasabah, baik dalam efisiensi waktu, personalisasi layanan, maupun deteksi risiko. Namun, keberhasilan adopsi tersebut tidak hanya ditentukan oleh kesiapan teknologi, tetapi juga oleh tingkat literasi digital keuangan syariah dan nilai religiusitas masyarakat. Literasi digital membantu masyarakat memahami fungsi, keamanan, dan kehalalan layanan AI, sementara religiusitas memperkuat kepercayaan terhadap penerapan teknologi yang sesuai dengan prinsip syariah. Kombinasi keduanya menciptakan ekosistem perbankan digital syariah yang adaptif, transparan, dan berlandaskan nilai spiritual. Penelitian ini menegaskan bahwa penguatan literasi digital dan nilai religius masyarakat merupakan langkah strategis untuk mempercepat

transformasi perbankan syariah di era digital. Dengan pemanfaatan AI yang etis dan sesuai maqāṣid al-syarī'ah, sistem keuangan syariah Indonesia dapat tumbuh lebih inklusif, berkelanjutan, dan berdaya saing global.

**Kata kunci:** Literasi digital keuangan syariah, religiusitas, adopsi AI, perbankan syariah.

## Pendahuluan

Pada tahun 2025, estimasi populasi Muslim di dunia menunjukkan bahwa Indonesia kembali menempati posisi pertama sebagai negara dengan jumlah Muslim terbesar sekitar 242,7 juta jiwa, yaitu sekitar 88,3% dari total penduduk negara tersebut. Mengikuti di belakang Indonesia adalah Pakistan, dengan estimasi sekitar 240,8 juta penduduk Muslim atau sekitar 96,5% dari total populasi. Gelombang pertumbuhan ini menunjukkan bahwa negara-negara dengan mayoritas Muslim terus mempertahankan proporsi yang sangat tinggi, sedangkan negara dengan minoritas Muslim seperti India juga memiliki jumlah yang besar India diperkirakan memiliki sekitar 200 juta Muslim, meskipun hanya sekitar 14,6% dari total populasinya. Bangladesh, Nigeria, Mesir, Turki, Iran, dan Aljazair juga termasuk dalam daftar negara dengan populasi Muslim signifikan tinggi, baik dalam jumlah absolut maupun persentase terhadap total penduduknya.

**Tabel 1Muslim Population 2025**

Negara	Estimasi Populasi Muslim	% Total Populasi
Indonesia	± 242.700.000	± 88,25 %
Pakistan	± 240.760.000	± 96,46 %
India	± 200.000.000	± 14,6 %
Bangladesh	± 150.800.000	± 91,28 %
Nigeria	± 97.000.000	± 48,5 %
Mesir	± 90.000.000	± 94,74 %
Turki	± 84.400.000	± 98,14 %
Iran	± 82.500.000	± 99,4 %
Tiongkok	± 50.000.000	± 3,6 %
Aljazair	± 43.700.000	± 99 %

## Sumber: World Population Review 2025

Ekonomi Syariah adalah Ekonomi berbasis nilai mengusung nilai-nilai etika, model bisnis yang solid, inklusivitas, keberlanjutan, dan keadilan sosial ke dalam arsitektur

ekonomi nasional, Sebagaimana arah kebijakan Pemerintah dalam RPJMN 2025-2029 dan dalam upaya mendorong pencapaian Indonesia sebagai pusat eksyar dunia, Bank Indonesia menjalankan pengembangan eksyar melalui 3 strategi besar, antara lain: (1) Penguatan Ekosistem Rantai Nilai Halal, (2) Optimalisasi Pembiayaan Syariah, dan (3) Perluasan Literasi dan Inklusi Eksyar. Sesuai Arahan Wakil Presiden RI ke-13 pada ISEF 2023. "Literasi dan inklusi ekonomi dan keuangan syariah terus dilakukan, setidaknya mencapai 50% pada 2025. Hal ini akan berkorelasi dengan meluasnya pangsa pasar ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia."

**Gambar 1 Perkembangan Indeks Literasi Keuangan Syariah**



**Sumber:** Survei Literasi Ekonomi Syariah yang diselenggarakan BI

Berdasarkan data terbaru, tingkat kepemilikan telepon seluler di Indonesia terus menunjukkan peningkatan. Pada tahun 2021, persentase penduduk yang memiliki handphone tercatat sebesar 65,87%, dan meningkat pada tahun 2022 menjadi 67,88%. Hal ini menggambarkan adanya tren positif dalam penetrasi teknologi komunikasi di masyarakat. Distribusi kepemilikan handphone tersebut tidak merata di seluruh wilayah Indonesia. Provinsi Kalimantan Timur tercatat sebagai daerah dengan persentase kepemilikan tertinggi, sedangkan persentase terendah terdapat di Provinsi Papua. Fakta ini menunjukkan adanya kesenjangan digital (*digital divide*) antarwilayah, yang dapat berimplikasi pada kesiapan masyarakat dalam mengakses layanan berbasis teknologi, termasuk layanan perbankan digital syariah berbasis Artificial Intelligence (AI).

**Gambar 2 Provinsi Teratas dengan Persentase Penduduk yang Memiliki Ponsel**



**Sumber:** Badan Pusat Statistik (BPS)

Per Januari 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 212,9 juta jiwa atau 77% populasi, dengan jumlah perangkat ponsel beredar sekitar 353,8 juta unit (128% populasi). Tingkat kepemilikan ponsel tertinggi terdapat di Kalimantan Timur, sedangkan yang terendah berada di Papua, mencerminkan masih adanya kesenjangan digital antarwilayah.

**Gambar 3Internet dan User Handpone di Indonesia**



**Sumber:** *We Are Social report (2023)*

Transformasi digital merupakan perubahan mendasar dan besar dalam cara organisasi atau bisnis menjalankan operasinya serta berinteraksi dengan pelanggan melalui pemanfaatan teknologi digital. Tujuan utama dari transformasi ini adalah untuk mencapai sasaran strategis dan meningkatkan kinerja organisasi. Transformasi digital melibatkan penggunaan teknologi seperti komputasi awan (*cloud computing*), analitik data besar (*big data analytics*), *Internet of Things (IoT)*, dan kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) guna mengubah cara kerja organisasi dan interaksi dengan pelanggan. Selain itu, transformasi ini juga mencakup perubahan proses bisnis untuk mendukung pemanfaatan teknologi baru serta mempercepat inovasi dalam organisasi seiring dengan perkembangan zaman digital yang dinamis.<sup>1</sup>

Di tengah perkembangan pesat era digital, kemampuan beradaptasi menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan perusahaan dan organisasi. Seperti yang pernah dikemukakan oleh Charles Darwin, "Bukanlah yang terkuat dari spesies yang bertahan, bukan yang paling cerdas, tetapi yang paling responsif terhadap perubahan.<sup>2</sup>".

<sup>1</sup>Erwin and others, *TRANSFORMASI DIGITAL* (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023). h.1

<sup>2</sup>Sigit Anggoro, Siti Nurhayati, and Dkk, *Transformasi Digital Panduan Praktis Manajemen Berbasis Teknologi* (Medan: PT Media Penerbit Indonesia, 2024). H. 2

Pendekatan adaptif ini sangat relevan dalam konteks bisnis modern yang berhadapan dengan perubahan teknologi dan dinamika pasar yang cepat. Dengan mengadopsi teknologi digital, sebuah organisasi tidak hanya melakukan pembaruan pada infrastruktur teknologinya, melainkan juga merombak struktur organisasional, budaya kerja, serta cara berinteraksi dengan pelanggan. Sebagaimana yang dijelaskan dalam penelitian oleh Westerman, transformasi digital melibatkan penggunaan teknologi digital guna mentransformasi model bisnis, proses operasional, serta pengalaman pelanggan secara menyeluruh, sehingga menciptakan perubahan fundamental dalam seluruh aspek operasional organisasi.<sup>3</sup>

**Gambar 4 Komponen Transfromasi Digital**



**Sumber:** Progresia

Ekonomi digital, menurut Brynjolfsson, ditandai oleh perubahan mendasar dalam sifat informasi, kemampuan komputasi, dan komunikasi yang kini menjadi kekuatan utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi serta transformasi sosial. Dengan pemahaman yang mendalam tentang perubahan ini, keputusan terkait investasi dalam penelitian, pengembangan produk atau layanan, serta penyesuaian kebijakan dan regulasi dapat dilakukan dengan lebih tepat sesuai dengan kebutuhan zaman baru ini.<sup>4</sup>

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) nomor 12/POJK.03/2018 "Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, pengertian dari digital banking adalah layanan perbankan elektronik yang dikembangkan dengan

<sup>3</sup>Sigit Anggoro, Siti Nurhayati, and Dkk, *Op.Cit* H. 11

<sup>4</sup>Brynjolfsson and Biran Kahin, *Understanging the Digital Economy*, Massachusetts Institute of Technology (London, 2000). H. 1

mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah dengan lebih cepat, mudah, sesuai dengan kebutuhan (customer experience), serta dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah, tentunya dengan memperhatikan aspek keamanan.”

*Why should we Go Digital? With our strong value proposition as “Sahabat Financial, Social & Spiritual”: Anybody can help anyone, anytime & anywhere.* Digitalisasi telah menyentuh aspek kehidupan, Ekonomi & keuangan digital tumbuh pesat karena preferensi belanja online, ekspansi dan kemudahan pembayaran digital, serta akselerasi perbankan digital. Transaksi uang elektronik juga meningkat signifikan (ekosistem e-commerce, ride-hailing, food delivery, tol, parkir). BI-FAST juga mendorong kenaikan 3x transaksi transfer pada kanal digital banking. Pengembangan QRIS untuk pembayaran lintas negara guna efisiensi biaya transaksi seperti Malaysia, Singapura, Thailand, Jepang, dan dua Negara seperti China dan UAE QRIS akan segera diresmikan.

Peran AI dalam perbankan Syariah Disiapkan untuk integrasi dalam seluruh aspek bisnis yang efisien & innovative seperti:

1. Membantu Analisis Data Nasabah (Online Onboard Service, Otomasi Proses Dokumen dan Risk Pembiayaan, etc.)
2. Chatbot Layanan Pelanggan (Aisyah)
3. Personalisasi Produk Keuangan (Quick Respon - Customerr Experience - Priority Customize)
4. Deteksi Fraud (Deteksi Dini)

Secara khusus, penelitian ini menekankan bahwa penerapan kecerdasan buatan (AI) menjadi kunci dalam meningkatkan kualitas layanan berbasis syariah. AI diyakini mampu mempercepat analisis data, meningkatkan *processing payment*, dan mendukung inovasi produk serta layanan yang sesuai syariah. Namun, keberhasilan penerapan AI dalam keuangan Islam tidak lepas dari tantangan, antara lain perlunya regulasi yang jelas agar teknologi ini digunakan secara etis dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, serta meningkatkan literasi digital masyarakat dan biaya operasional yang harus dihadapi institusi keuangan syariah. Secara garis besar, penelitian ini mengangkat pentingnya transformasi digital melalui AI dalam mengatasi tantangan masa kini dan menjawab peluang untuk pengembangan keuangan islam yang lebih inklusif, efisien, dan sesuai syariah di era digitalisasi global.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu metode yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam fenomena literasi digital keuangan

syariah dan religiusitas terhadap minat masyarakat dalam mengadopsi layanan digital berbasis kecerdasan buatan (AI) pada perbankan syariah di Indonesia. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman komprehensif terhadap makna, persepsi, dan nilai-nilai sosial yang membentuk perilaku masyarakat Muslim dalam menghadapi digitalisasi keuangan syariah.

Data penelitian bersumber dari data sekunder, yang diperoleh melalui studi pustaka terhadap literatur ilmiah, laporan resmi OJK, Bank Indonesia, KNEKS, BPS, serta publikasi daring yang relevan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi literatur dan dokumentasi, sedangkan analisis data dilakukan menggunakan analisis deskriptif kualitatif melalui tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Melalui pendekatan ini, penelitian berupaya memahami secara naratif bagaimana tingkat literasi digital dan religiusitas masyarakat berkontribusi dalam membentuk kepercayaan serta minat terhadap layanan digital berbasis AI dalam sistem perbankan syariah.

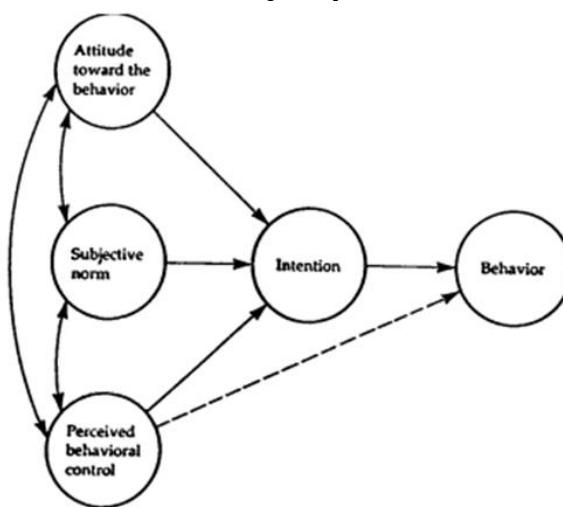
## Hasil dan Pembahasan

### A. Grand Theory

Teori perilaku yang banyak digunakan untuk memahami minat konsumen terhadap suatu produk adalah “*Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991).<sup>5</sup> Teori ini menegaskan bahwa niat atau minat seseorang dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu:

1. *Attitude toward the behavior*: Sikap terhadap produk atau jasa, misalnya apakah konsumen melihatnya positif atau negatif.
2. *Subjective norm*: Pengaruh sosial, seperti pendapat teman, keluarga, atau masyarakat.
3. *Perceived behavioral control*: Persepsi konsumen tentang kemampuan atau kemudahan dalam membeli produk.

**Gambar 5 Theory of planned behavior**



<sup>5</sup>Icek Ajzen, ‘The Theory of Planned Behavior’, *Journal of Personality and Social Psychology*, 60 (1991), h. 181

ersity Of Massachusetts At Amherst,

*Sumber: Icek Ajzen (1991)*

*Theory of Planned Behavior* (TPB) yang diperkenalkan oleh Icek Ajzen menjadi landasan teoritis utama dalam penelitian ini. TPB dinilai relevan untuk mengkaji perilaku adopsi teknologi keuangan, khususnya dalam konteks perbankan syariah digital berbasis kecerdasan buatan. Teori ini menekankan bahwa minat seseorang untuk menggunakan suatu produk dipengaruhi oleh tiga aspek utama. Pertama, sikap terhadap penggunaan layanan yang dapat terbentuk dari pandangan positif mengenai manfaat dan nilai tambah yang diberikan. Kedua, norma subjektif, yakni pengaruh sosial dari lingkungan seperti keluarga, teman, maupun komunitas yang mendorong individu untuk mencoba layanan tersebut. Ketiga, perceived behavioral control, yaitu persepsi pengguna mengenai kemudahan akses, ketersediaan fasilitas pendukung, serta kemampuan finansial dalam memanfaatkan layanan. Melalui kerangka TPB ini, penelitian dapat menganalisis bagaimana minat masyarakat berkembang hingga bertransformasi menjadi perilaku nyata dalam mengadopsi layanan digital perbankan syariah berbasis AI.

## B. Literasi Digital Keuangan Syariah

Menurut laman resmi OJK pada kanal “Edukasi Keuangan”, literasi keuangan didefinisikan sebagai: “*pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap serta perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat.*”<sup>6</sup> OJK juga menyebutkan bahwa edukasi keuangan dalam konteks literasi meliputi pemahaman mengenai produk/layanan keuangan, karakteristiknya (manfaat, risiko, biaya, hak & kewajiban, cara akses), pengelolaan keuangan, dan aspek perpajakan terkait produk/layanan keuangan.<sup>6</sup>

Untuk meningkatkan literasi keuangan digital di kalangan masyarakat, khususnya generasi milenial, OJK meluncurkan beberapa program salah satunya adalah penerbitan

---

<sup>6</sup>Ibid

lima modul Digital Financial Literacy (DFL). Modul-modul ini dirancang untuk membantu masyarakat memahami dan meningkatkan pengetahuan mereka tentang keuangan digital di Indonesia. Layanan keuangan menjadi kebutuhan penting dalam kehidupan sehari-hari, dan kemajuan teknologi digital memungkinkan layanan tersebut diberikan dengan cara yang lebih mudah, fleksibel, dan efisien. Seiring berkembangnya teknologi, muncul banyak inovasi baru dalam sektor keuangan digital yang menawarkan berbagai pilihan produk sesuai kebutuhan masyarakat. Namun, inovasi ini juga membawa risiko, terutama jika masyarakat kurang memahami produk yang tersedia, sehingga bisa saja mereka membuat keputusan yang kurang tepat atau merugikan diri sendiri. Oleh karena itu, OJK menyediakan edukasi tentang berbagai produk keuangan digital agar masyarakat dapat lebih memahami dan memilih dengan bijak produk, harga, serta skema layanan yang sesuai kemampuan dan kebutuhan mereka.<sup>7</sup> Dalam konteks digital, literasi ini meliputi kemampuan memahami produk dan layanan keuangan berbasis teknologi, termasuk mobile banking, e-wallet, digital payment, serta layanan berbasis Artificial Intelligence yang sesuai dengan prinsip syariah.

Menurut OECD melalui INFE mendefinisikan literasi keuangan sebagai kombinasi dari pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*behaviour*). Dalam publikasi terkini disebut: "*Financial literacy is a combination of financial awareness, knowledge, skills, attitudes and behaviours required to make sound financial decisions and ultimately achieve individual financial well-being.*" OECD/INFE juga menyatakan bahwa literasi keuangan bukan hanya tentang tahu konsep keuangan saja, tapi juga bagaimana seseorang mengaplikasikannya dalam perilaku nyata (misalnya membuat keputusan keuangan yang bijak).<sup>8</sup> Penelitian "*Financial Literacy, Financial Knowledge, and Financial Behaviors in OECD Countries*" menguatkan bahwa literasi keuangan mencakup dimensi *knowledge*, *attitudes*, dan *behaviours*, dan ini berdampak signifikan pada kesejahteraan finansial individu.<sup>9</sup> Artinya, literasi keuangan bukan hanya sekadar tahu, tetapi juga mencakup sikap yang positif terhadap penggunaan layanan digital dan kemampuan menggunakannya secara bijak. Melalui literasi digital keuangan syariah yang baik, masyarakat diharapkan mampu:

1. Memahami manfaat AI dalam meningkatkan efisiensi layanan perbankan syariah.

<sup>7</sup> OJK (Otoritas Jasa Keuangan), *Digital Financial Literacy* (<https://ojk.go.id/id/fungsi-utama/itsk/informasi-iakd/digital-financial-literacy/default.aspx>)

<sup>8</sup> OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development), *Financial literacy in research and policymaking: the concept at the core*, (<https://www.oecd.at/en/Publications/financial-literacy/financial-literacy-evaluation-series/articles/financial-literacy-in-research-and-policymaking>)

<sup>9</sup> Manuel Carlos Nogueira, Luis Almeida, and Fernando Oliveira Tavares, '*Financial Literacy, Financial Knowledge, and Financial Behaviors in OECD Countries*', *Journal of Risk and Financial Management*, 18.3 (2025), 1–15 h. 4-5

2. Mengenali risiko digital seperti keamanan data dan potensi transaksi non halal.
3. Mengambil keputusan keuangan yang bijak dan sesuai prinsip maqāṣid syari‘ah.

Dengan demikian, literasi digital berperan sebagai pondasi rasional dan moral bagi masyarakat Muslim dalam menerima inovasi berbasis kecerdasan buatan.

### C. Religiusitas

Glock dan Stark menjelaskan bahwa “seseorang yang religius pada dasarnya akan berusaha melakukan kebaikan, tidak hanya untuk dirinya sendiri tetapi juga untuk orang lain. Religiusitas dipahami sebagai sistem simbol, keyakinan, nilai, dan perilaku yang terorganisir, yang berfokus pada makna-makna penting dalam kehidupan. Dalam Islam, konsep religiusitas didasarkan pada prinsip kaffah (kesempurnaan) dan kebijaksanaan yang mencakup dua aspek utama, yaitu keimanan secara vertikal kepada Allah dan muamalah secara horizontal dengan sesama manusia. Dari konsep ini, dapat disimpulkan bahwa individu yang memiliki religiusitas tinggi akan menunjukkan kesolehan baik secara pribadi maupun sosial. Dengan kata lain, seseorang yang religius akan berusaha menjalankan Islam secara menyeluruh dalam semua aspek kehidupan, baik dalam ibadah maupun dalam interaksi sosial.<sup>10</sup>”

Glock dan Stark merumuskan bahwa “religiusitas terdiri dari lima unsur utama. Pertama, kepercayaan keagamaan (*religious belief*) yang berfungsi sebagai dimensi ideologi dan konsep dasar keyakinan. Kedua, praktik keagamaan (*religious practice*) yang mencakup berbagai aktivitas ritual keagamaan. Ketiga, perasaan atau penghayatan keberagamaan (*religious feeling*) sebagai dimensi pengalaman batin seseorang dalam menjalankan agama. Keempat, pengetahuan keagamaan (*religious knowledge*) yang merupakan dimensi intelektual terkait pemahaman ajaran agama. Kelima, dampak keagamaan (*religious effects*) yang tampak dalam tindakan atau perilaku seseorang, mencerminkan citra dan pengaruh agama dalam kehidupan sehari-hari.<sup>11</sup>”

Dalam konteks keuangan digital, religiusitas mendorong individu untuk berhati-hati terhadap layanan yang digunakan. Masyarakat Muslim yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung memilih layanan digital yang diyakini halal, bebas riba, dan beretika. Nilai-nilai religius ini juga menjadi dasar moral bagi lembaga perbankan syariah untuk mengembangkan layanan AI yang tidak hanya efisien, tetapi juga sesuai prinsip keadilan dan kejujuran. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa religiusitas dapat memperkuat kepercayaan (trust) terhadap produk keuangan syariah. Ketika nasabah yakin bahwa

<sup>10</sup>Dewi Sinta and others, ‘Religiusitas Dan Kematangan Beragama Dalam Membantu Menghadapi Quarter-Life Crisis Bagi Kalangan Generasi Milenial’, 21.2 (2024), 214–27.

<sup>11</sup>Vaillancourt, J.-G. (2008). *From Five to Ten Dimensions of Religion: Charles Y. Glock’s Dimensions of Religiosity Revisited*. Journal for the Academic Study of Religion, 21(1), 58-69.

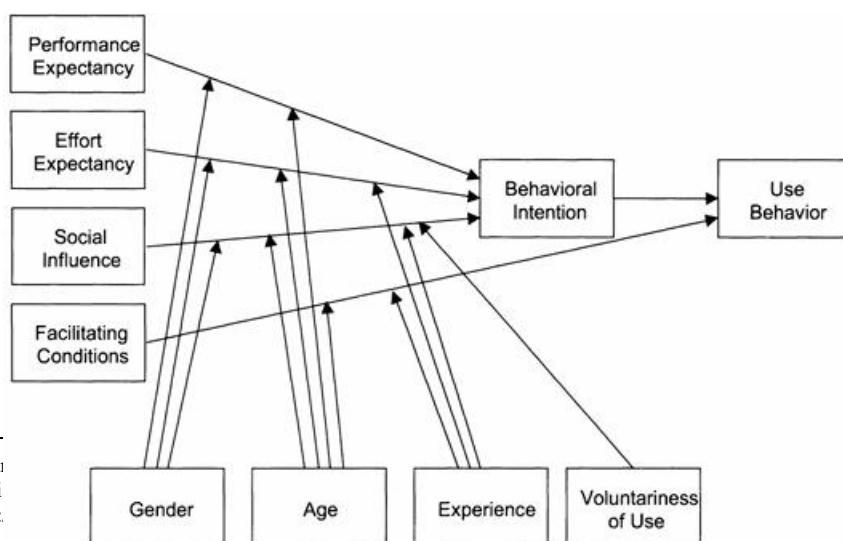
layanan digital yang ditawarkan telah memenuhi prinsip syariah, maka keengganan untuk beralih ke sistem digital akan menurun. Oleh karena itu, religiustas berperan sebagai kekuatan sosial dan spiritual yang mendukung transformasi digital perbankan syariah.

#### D. Minat Adopsi Teknologi (UTAUT)

Menurut Kotler dan Keller, "minat dapat dipahami sebagai kecenderungan perilaku konsumen untuk memilih atau menggunakan suatu produk berdasarkan pengalaman, kebutuhan, maupun keinginan tertentu.<sup>12</sup>" Dalam konteks penelitian ini, konsep tersebut dapat disesuaikan menjadi *minat adopsi layanan digital berbasis AI pada perbankan syariah*, yaitu kecenderungan nasabah untuk menggunakan layanan digital syariah karena merasa produk tersebut relevan dengan kebutuhan mereka, bermanfaat, dan sesuai dengan prinsip syariah. Dengan demikian, minat adopsi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor kegunaan dan kemudahan, tetapi juga oleh kepercayaan religius serta dorongan sosial dan regulasi yang mendukung.

Model UTAUT dan UTAUT2 adalah teori yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana dan mengapa manusia menerima dan menggunakan teknologi. Model ini mengidentifikasi faktor-faktor utama seperti persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, dan kondisi pendukung yang memengaruhi niat dan perilaku pengguna dalam mengadopsi teknologi baru. UTAUT2 merupakan pengembangan dari UTAUT yang menambahkan variabel-variabel baru agar lebih cocok digunakan dalam konteks pengguna individu dan konsumsi teknologi secara umum.<sup>13</sup>

**Gambar 6 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology**



<sup>12</sup>Giovani Antania Hanja  
<sup>13</sup> Marikyan, D.& Papagi Book. Available at <https://www.researchgate.net/publication/333111103>

ion, 3.1 (2019), h. 42  
dis (Ed), TheoryHub

### **Sumber: Theory Book UTAUT**

“*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) merupakan hasil sintesis dari delapan teori penerimaan teknologi, termasuk TAM, TRA, TPB, DOI, dan SCT, yang membuatnya lebih komprehensif dan mampu menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi secara lebih lengkap. Selain keunggulan teoritis tersebut, penulis menegaskan bahwa konstruk utama dalam UTAUT sangat relevan untuk mengkaji minat adopsi layanan digital perbankan syariah berbasis kecerdasan buatan (AI). Konstruk tersebut meliputi:

1. *Performance Expectancy*: keyakinan bahwa teknologi AI dapat meningkatkan kualitas layanan syariah, seperti kecepatan, akurasi, dan kesesuaian dengan prinsip syariah.
2. *Effort Expectancy*: persepsi kemudahan penggunaan layanan, termasuk antarmuka yang ramah pengguna dan instruksi yang jelas.
3. *Social Influence*: pengaruh dari keluarga, teman, maupun ulama yang mendorong penggunaan layanan perbankan syariah berbasis AI.
4. *Facilitating Conditions*: dukungan dari infrastruktur dan regulasi, seperti akses internet, keamanan data, serta regulasi dari otoritas terkait.<sup>14</sup>

UTAUT dianggap lebih mutakhir dan relevan terutama setelah tahun 2015, karena banyak penelitian terkait Islamic FinTech dan perbankan digital mengadopsi UTAUT atau variannya (seperti UTAUT2) karena kesesuaiannya dengan teknologi digital, lingkungan mobile, dan AI. Sejumlah penelitian internasional menegaskan relevansi UTAUT dalam menjelaskan adopsi layanan keuangan digital. Dalam penelitian Alalwan et al, menunjukkan bahwa kepercayaan (*trust*) bersama dengan konstruk UTAUT2 berpengaruh signifikan terhadap adopsi mobile banking di Jordania.<sup>15</sup> Penelitian oleh Ivanova & Kim di Asia Tengah juga membuktikan efektivitas UTAUT yang dimodifikasi dalam menjelaskan penerimaan mobile banking.<sup>16</sup> Sementara itu, dalam konteks syariah, studi JIMF menyoroti bahwa penggunaan *extended UTAUT* dapat menjelaskan adopsi

<sup>14</sup>Viswanath Venkatesh and others, ‘User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View’, *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27.3 (2003), h. 25

<sup>15</sup>Ali Abdallah Alalwan, Yogesh K. Dwivedi, and Nripendra P. Rana, ‘Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers: Extending UTAUT2 with Trust’, *International Journal of Information Management*, 37.3 (2017), 99–110

<sup>16</sup>Aisena Ivanova and Ju Yeon KIM, ‘Acceptance and Use of Mobile Banking in Central Asia: Evidence from Modified UTAUT Model’, *Journal of Asian Finance*, 9.2 (2022), 217–27

fintech syariah oleh para pelaku usaha mikro Muslim di Malaysia.<sup>17</sup> Dengan demikian, penggunaan UTAUT diharapkan dapat memperkuat analisis dan memastikan relevansi hasil penelitian dengan tren terkini di bidang teknologi keuangan berbasis syariah di Indonesia.

Dalam konteks kualitatif, keempat faktor tersebut menjadi tema utama yang saling terkait. Masyarakat akan lebih berminat mengadopsi layanan digital syariah berbasis AI jika mereka memahami manfaatnya, merasa mudah menggunakannya, mendapat dukungan sosial, dan yakin layanan tersebut sesuai syariah.

## Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa adopsi kecerdasan buatan (AI) dalam perbankan syariah tidak dapat dipisahkan dari tingkat literasi digital keuangan syariah dan religiusitas masyarakat. Kedua faktor tersebut menjadi fondasi yang menentukan bagaimana masyarakat Muslim memahami, menilai, dan memanfaatkan teknologi digital yang terus berkembang dalam sistem keuangan syariah.

1. Literasi digital keuangan syariah memberikan kemampuan rasional kepada masyarakat untuk mengenali fungsi, manfaat, risiko, serta aspek syariah dari produk perbankan digital berbasis AI. Melalui literasi yang memadai, pengguna dapat lebih percaya diri memanfaatkan teknologi baru, memahami mekanisme keamanan data, dan menilai kesesuaian layanan dengan prinsip halal. Dengan meningkatnya pemahaman ini, keengganan terhadap teknologi dapat ditekan, sementara tingkat kepercayaan terhadap lembaga keuangan syariah akan meningkat.
2. Religiusitas berperan sebagai pengarah moral dan spiritual yang membentuk perilaku ekonomi sesuai nilai-nilai Islam. Masyarakat yang memiliki kesadaran religius tinggi akan berhati-hati dalam memilih produk keuangan, memastikan tidak bertentangan dengan prinsip keadilan, kejujuran, dan larangan riba. Religiusitas juga menumbuhkan etos kepercayaan (*trust*) terhadap lembaga keuangan syariah, terutama bila layanan digital tersebut diawasi oleh otoritas syariah dan memiliki transparansi algoritmik dalam penerapan AI.
3. Penerapan AI di sektor perbankan syariah membuka peluang besar untuk efisiensi dan inovasi, seperti sistem *chatbot* Islami, analisis pembiayaan otomatis, dan deteksi transaksi non-halal. Namun, tantangan etika, keamanan data, serta

---

<sup>17</sup>Nik Hadiyan Nik Azman and Mohd Zaidi Md Zabri, 'Shari'Ah-Compliant Fintech Usage Among Microentrepreneurs in Malaysia: An Extension of Utaut Model', Journal of Islamic Monetary Economics and Finance, 8.2 (2022), 305–24 >.

kepatuhan terhadap prinsip syariah menuntut adanya regulasi dan tata kelola yang kuat. Oleh karena itu, AI harus dikembangkan bukan hanya dengan pendekatan teknologi, tetapi juga dengan perspektif maqasid syariah yang menekankan kemaslahatan, keadilan, dan keberlanjutan.

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan digitalisasi perbankan syariah di Indonesia akan bergantung pada tiga aspek utama:

1. Peningkatan literasi digital keuangan syariah melalui pendidikan, pelatihan, dan sosialisasi publik.
2. Penguatan nilai religiusitas masyarakat untuk memastikan bahwa setiap inovasi tetap berpijak pada prinsip syariah.
3. Pengembangan regulasi dan kebijakan etis AI oleh otoritas keuangan untuk menjamin keadilan dan kepercayaan dalam sistem perbankan digital syariah.

Dengan sinergi ketiga faktor tersebut, transformasi digital berbasis kecerdasan buatan dalam perbankan syariah tidak hanya berfungsi sebagai inovasi teknologi, tetapi juga sebagai instrumen spiritual dan sosial yang mendukung tercapainya maqasid syariah yakni menjaga agama, jiwa, akal, harta, dan keturunan dalam konteks ekonomi modern.

## **Daftar Pustaka**

Amalia Adininggar Widyasanti, 2024, *Keadaan Angkatan Kerja Di Indonesia Agustus 2024*, (Jakarta: Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Jakarta.

Andi Ibrahim, Asrul Haq Alang, dkk, 2018 *Metodologi Penelitian*, Depok : Gunadarma Ilmu.

Anthony Giddens, 2006, *Capitalism and Modern Social Theory*, Peking University Press China

Binus University, *Sejarah dan Perkembangan Revolusi Industri*<https://binus.ac.id/knowledge/2019/05/sejarah-dan-perkembangan-revolusi-industri/>, diakses hari sabtu, tanggal 31 Mei 2025

Carunia Mulya Firdausy, dkk, *Revolusi Industri 4.0 Dan Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan*, Prosiding Seminar Nasional Bagian II Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI.

David H Autor, *Why Are There Still So Many Jobs?The History and Future of Workplace Automation*, Journal of Economic Perspectives Volume 29, Number 3 Summer 2015 Pages 3–30

Erik Brynjolfsson and Brian Kahin, 2000, *Understanding the Digital Economy*, (The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, and London, England.

Erwin, Afdhal Chatra dkk, 2023, *Transformasi Digital* Jambi: Sonpedia.com.

Farid Ahmadi dan Hamidulloh Ibda, Konsep dan Aplikasi Literasi Baru di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0, Semarang; Pilar Nusantara, 2020.

H.A.R Tilaar, *Perubahan Sosial dan pendidikan, Pengantar Pedagogik Transformatif untuk Indonesia*, Jakarta; Rineka Cipta, 2012.

Hamdan, *Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri Pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi*, Jurnal Nusamba Vol. 3 NO.2 Oktober 2018.

Hani Atun Mumtaha, dkk, Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce), Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis, 2018.

<https://www.unpas.ac.id/apa-itu-e-commerce/>, diakses hari sabtu, tanggal 31 Mei 2025

Ika Menarianti, Basuki Toto, dkk, 2024, *E-Commerce*, Purbalingga: Eureka Media Aksaran

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, *Bersiap Hadapi Society 5.0, Pemerintah Dorong Penciptaan Talenta Digital pada Generasi Muda*, Jakarta, 23 feb 2023.

Koran Tempo, Apa Itu Revolusi Industri ?. Ini Sejarah, Dampak Perkembangannya, dan Dampaknya, <https://koran.tempo.co/read/ekonomi-dan-bisnis/482384/apa-itu-revolusi-industri-ini-sejarah-perkembangan-dan-dampaknya>, diakses hari Sabtu, 31 Mei 2025

Lorentius Goa , Perubahan Sosial Dalam Kehidupan Bermasyarakat, Jurnal Kateketik dan Pastoral, STP IKIP Malang

Nurmin Arianto, 2024, *E-Commerce Internasional*, Malang: Litnus.



Sigit Anggoro, Siti Nurhayati, dkk, 2024, *Tranformasi Digital* Medan: PT Media Penerbit Indonesia.

Sukma Nurjanah, *Dampak E-Commers Era Indsutri 4.0 terhadap Perekonomian Indonesia.*

Tangkas Ageng Nugroho, dkk, Perkembangan Industri 5.0 Terhadap Perekonomian Indonesia, Manajemen Kreatif Jurnal (MAKREJU)Vol. 1, No. 3 Agustus 2023.

Yenny Puspita, dkk, *Pengaruh Revolusi Indutsri 4.0 Dan 5.0 Terhadap Perubahan Perekonomian Indonesia*, Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang 10 Januari 2020.

