

## **PERAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH DALAM MEMPERKUAT PENGARUH RELIGIUSITAS ISLAM TERHADAP TINGKAT ADOPSI PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA**

Nanang Setiawan<sup>1</sup>, Thorida Nur Asih<sup>2</sup>, Fitria Asas<sup>3</sup>, Afif Safrudin<sup>4</sup>, Moch Sulchan<sup>5</sup>

Institut Agama Islam Al-Fatimah Bojonegoro

e-mail: [1nanang.adh@gmail.com](mailto:1nanang.adh@gmail.com), [2thorida@iai-alfatimah.ac.id](mailto:2thorida@iai-alfatimah.ac.id), [3fitriaasas@iai-alfatimah.ac.id](mailto:3fitriaasas@iai-alfatimah.ac.id), [4afifsafrudin28@mail.com](mailto:4afifsafrudin28@mail.com), [5sulkhanmoch@gmail.com](mailto:5sulkhanmoch@gmail.com)

### **Abstract**

*The development of Islamic banking in Indonesia has demonstrated significant growth; however, its adoption rate remains relatively low despite the country's predominantly Muslim population. This study aims to examine the role of Islamic financial literacy in strengthening the influence of Islamic religiosity on the level of Islamic banking adoption in Indonesia. The study employs a quantitative research design using a survey approach of 292 Muslim university students who are customers of Islamic banks in Indonesia, with data analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). The results indicate that Islamic religiosity has a positive and significant effect on the level of Islamic banking adoption. Furthermore, Islamic financial literacy is found to function as a moderating variable that strengthens the relationship between Islamic religiosity and Islamic banking adoption. This study introduces a novel perspective by positioning Islamic financial literacy as a reinforcing mechanism in the relationship between Islamic religiosity and Islamic banking adoption behavior. Theoretically, this study contributes to the Islamic finance literature by enhancing understanding of the interactive role of religiosity and financial literacy in explaining the adoption behavior of Islamic financial services. Practically, the findings provide important implications for Islamic banks and regulators in designing more targeted Islamic financial education and literacy strategies to increase the adoption of Islamic banking in Indonesia.*

**Keywords :** *Sharia financial literacy, Islamic religiosity, Islamic banking adoption*

### **Abstrak**

*Perkembangan perbankan syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, namun tingkat adopsinya masih relatif rendah meskipun mayoritas penduduk beragama Islam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran literasi keuangan syariah dalam memperkuat pengaruh religiusitas Islam terhadap tingkat adopsi perbankan syariah di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 292 mahasiswa Muslim yang*

*merupakan nasabah perbankan syariah di Indonesia, dengan analisis data menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat adopsi perbankan syariah. Selain itu, literasi keuangan syariah terbukti berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara religiusitas Islam dan tingkat adopsi perbankan syariah. Penelitian ini menawarkan pendekatan baru dengan menempatkan literasi keuangan syariah sebagai mekanisme penguatan dalam hubungan antara religiusitas Islam dan perilaku adopsi perbankan syariah. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya literatur keuangan Islam dengan memperluas pemahaman mengenai peran interaksi antara religiusitas dan literasi keuangan dalam menjelaskan perilaku adopsi layanan keuangan syariah. Secara praktis, temuan penelitian ini memberikan implikasi bagi perbankan syariah dan regulator untuk merancang strategi edukasi dan literasi keuangan syariah yang lebih terarah guna meningkatkan tingkat adopsi perbankan syariah di Indonesia.*

**Kata kunci:** *Literasi keuangan syariah, Religiusitas Islam, Adopsi perbankan Islam*

Accepted:	Reviewed:	Published:
24 January 2026	30 January 2026	31 January 2026

## A. Pendahuluan

Perbankan syariah telah menjadi salah satu inovasi penting dalam sistem keuangan global sejak awal 1990-an. Di Indonesia, berdirinya Bank Muamalat pada tahun 1992 menandai awal perkembangan lembaga perbankan syariah yang menawarkan alternatif sistem keuangan berbasis prinsip-prinsip syariah bagi masyarakat Muslim (Ezech & Nkamnebe, 2022; Mindra et al., 2022; Pala et al., 2024). Seiring dengan pertumbuhan pesat industri perbankan syariah di negara-negara seperti Malaysia, Arab Saudi, dan Uni Emirat Arab, perhatian akademik terhadap adopsi layanan perbankan syariah semakin meningkat. Penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi keputusan individu untuk menggunakan layanan perbankan syariah, mulai dari kesadaran, kompatibilitas, risiko yang dipersepsikan, informasi, reputasi bank, kualitas layanan, hingga promosi dan lokasi (Ezech & Nkamnebe, 2022; Junaidi et al., 2023; Kaabachi & Obeid, 2016; Maryam et al., 2022; Sudarsono et al., 2021; Umar et al., 2021).

Meskipun keberadaan perbankan syariah di Indonesia sudah lebih dari tiga dekade, tingkat adopsinya masih tergolong rendah. Data resmi menunjukkan bahwa pada Juni 2024, dari total populasi Indonesia sebesar 282,48 juta jiwa, sekitar 87,2% beragama Islam ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)). Namun, pangsa pasar perbankan syariah baru mencapai sekitar 7% dari total aset perbankan nasional ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)). Hal ini

menimbulkan pertanyaan mengenai efektivitas pengaruh religiusitas Islam dalam mendorong adopsi layanan perbankan syariah, mengingat Indonesia merupakan negara dengan tingkat religiusitas yang tinggi menurut Pew Research Center Survey 2024 (Febriani, 2024). Secara teori, sistem perbankan berbasis syariah seharusnya lebih mudah diterima di negara mayoritas Muslim, karena prinsip syariah secara langsung selaras dengan keyakinan dan praktik religius masyarakat (Junaidi et al., 2023; Setiawan & Khoiriyyah, 2025; Sudarsono et al., 2021). Namun kenyataannya, adopsi perbankan syariah di Indonesia masih jauh di bawah potensi yang ada, yang menunjukkan adanya kesenjangan antara religiusitas individu dan perilaku adopsi perbankan syariah (Yaqin, 2024).

Religiusitas Islam telah lama diidentifikasi sebagai faktor yang memengaruhi perilaku keuangan umat Muslim (Setiawan, 2024). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa individu yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih memperhatikan kesesuaian aktivitas finansial dengan prinsip-prinsip syariah, termasuk dalam memilih produk perbankan syariah. Bouteraa et al. (2024) menemukan bahwa komitmen dan keyakinan agama secara signifikan memengaruhi intensi konsumen Muslim dalam mengadopsi layanan green banking di Uni Emirat Arab. Alsmadi et al. (2024) menegaskan bahwa orientasi religius, kepercayaan, dan literasi keuangan memegang peran penting dalam keputusan penggunaan layanan perbankan syariah dan fintech. Nazir & Saqib (2024) juga menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap perilaku nasabah dalam memilih bank syariah di Pakistan.

Di sisi lain, terdapat penelitian yang menunjukkan hasil berbeda atau kontradiktif. Ali et al. (2024) mengungkapkan bahwa religiusitas dapat menjadi hambatan jika pemahaman individu terhadap prinsip syariah kurang atau tidak konsisten. Musyaffa & Iqbal (2022) menyatakan bahwa religiusitas dan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah di Indonesia, sementara promosi memiliki dampak yang nyata. Suyatno et al. (2024) menambahkan bahwa religiusitas, pengetahuan, dan pengaruh sosial tidak selalu memengaruhi minat menabung, meskipun rendahnya religiusitas, keterbatasan pengetahuan, dan pengaruh sosial dapat menurunkan minat tersebut. Variasi hasil ini menunjukkan bahwa religiusitas saja belum cukup menjelaskan perilaku adopsi perbankan syariah, sehingga diperlukan faktor tambahan yang dapat memperkuat pengaruh religiusitas Islam terhadap tingkat adopsi perbankan syariah.

Penelitian ini menawarkan literasi keuangan syariah sebagai variabel yang berpotensi memperkuat pengaruh religiusitas terhadap adopsi perbankan syariah. Literasi keuangan syariah mencakup pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan individu dalam mengelola keuangan sesuai prinsip-prinsip syariah, termasuk

pemahaman produk perbankan, sistem bagi hasil, dan mekanisme investasi halal (Albaity & Rahman, 2019; Pala et al., 2024; Setiawan et al., 2023). Individu dengan tingkat literasi keuangan syariah yang tinggi diharapkan mampu menginternalisasi nilai-nilai religius dalam pengambilan keputusan finansial, sehingga religiusitas Islam dapat berdampak lebih nyata terhadap perilaku adopsi perbankan syariah. Studi Albaity & Rahman (2019) menunjukkan bahwa religiusitas secara signifikan memengaruhi literasi keuangan syariah dan niat individu untuk menggunakan produk perbankan syariah. Pala et al. (2024) juga menemukan bahwa literasi keuangan syariah memperkuat pengaruh religiusitas terhadap keputusan menabung di bank syariah.

Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai landasan teoretis. TPB menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (Ajzen, 1991). Dalam konteks adopsi perbankan syariah, religiusitas Islam membentuk sikap positif terhadap layanan syariah, sementara literasi keuangan syariah meningkatkan kontrol perilaku dengan memberikan pengetahuan dan keterampilan untuk membuat keputusan finansial sesuai prinsip syariah (Raut & Kumar, 2024). Dengan demikian, literasi keuangan syariah berperan sebagai penguat (*moderator*) yang memungkinkan religiusitas Islam lebih efektif dalam mendorong adopsi perbankan syariah.

Dengan mengintegrasikan religiusitas Islam sebagai variabel independen, adopsi perbankan syariah sebagai variabel dependen, dan literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh religiusitas Islam terhadap adopsi perbankan syariah dan mengeksplorasi sejauh mana literasi keuangan syariah memperkuat pengaruh religiusitas terhadap adopsi layanan perbankan syariah. Secara teoritis, penelitian ini memperluas pemahaman TPB dengan menunjukkan bagaimana literasi keuangan syariah dapat memperkuat mekanisme sikap dan kontrol perilaku dalam konteks religiusitas Islam dan keputusan finansial. Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan memberikan panduan bagi bank syariah dan pembuat kebijakan dalam merancang program literasi keuangan syariah yang efektif untuk meningkatkan adopsi layanan perbankan syariah di Indonesia, sehingga potensi besar industri ini dapat lebih optimal dimanfaatkan.

## **B. Metode Penelitian**

### **Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah

perbankan syariah di beberapa bank syariah di Indonesia. Pemilihan pendekatan kuantitatif didasarkan pada tujuan penelitian untuk memperoleh bukti empiris yang dapat dianalisis secara objektif menggunakan teknik statistik (Sugiyono, 2020). Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu salah satu teknik *non-probability sampling* yang memungkinkan peneliti memilih responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2020). Sampel penelitian terdiri atas nasabah dari berbagai bank syariah di Indonesia dengan jumlah responden sebanyak 292 orang yang memenuhi kriteria penelitian dan dinyatakan valid untuk dianalisis. Jumlah sampel ini dinilai memadai untuk merepresentasikan karakteristik responden serta mendukung analisis faktor-faktor yang memengaruhi adopsi layanan perbankan syariah di Indonesia.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner yang disebarluaskan secara daring melalui platform *Google Forms*. Kuesioner tersebut didistribusikan melalui aplikasi *WhatsApp* kepada nasabah perbankan syariah yang berkunjung ke bank syariah. Proses pengumpulan data dimulai pada bulan November 2024 dan berlangsung selama tiga bulan. Untuk meminimalkan potensi bias sampel, distribusi kuesioner dilakukan pada berbagai bank syariah di sejumlah kota di wilayah Jawa Timur, sehingga data yang diperoleh mencerminkan keragaman karakteristik responden dari berbagai jenis bank syariah. Selain itu, pengiriman pengingat secara berkala juga dilakukan guna meningkatkan tingkat respons dan memastikan distribusi data yang lebih merata.

### **Pengukuran Variabel**

Dalam penelitian ini, Religiusitas Islam (RI) diposisikan sebagai variabel independen yang diasumsikan memiliki pengaruh terhadap Adopsi Perbankan Syariah (APS) sebagai variabel dependen. Selain itu, Literasi Keuangan Syariah (LKS) dimasukkan sebagai variabel mediasi hubungan antara RI dan APS.

Variabel RI diukur menggunakan empat indikator yang diadaptasi dari Andriyanto et al. (2024), yang mencakup pernyataan mengenai penekanan pada kejujuran dalam bisnis Islam, dorongan terhadap ketulusan dalam bertransaksi, keyakinan Islam dalam konteks multikulturalisme, serta pentingnya penyampaian informasi yang akurat dalam praktik bisnis Islam. Variabel LKS diukur menggunakan empat indikator yang juga diadaptasi dari Andriyanto et al. (2024), yang meliputi pengetahuan tentang riba, metode bagi hasil dalam aktivitas pembiayaan, pemahaman mengenai pelestarian harta, serta ketiadaan unsur riba dalam transaksi. Adapun variabel APS diukur menggunakan empat indikator yang diadaptasi dari Andriyanto et al. (2024), yang meliputi penggunaan bank syariah untuk kegiatan menabung, konsistensi dalam melakukan transaksi dengan bank

syariah, pemanfaatan bank syariah untuk keperluan pekerjaan, serta rutinitas transaksi melalui bank syariah. Seluruh indikator dalam penelitian ini diukur menggunakan skala Likert lima poin, di mana nilai 1 menunjukkan "sangat tidak setuju" dan nilai 5 menunjukkan "sangat setuju."

### **Pengembangan Hipotesis**

Religiusitas Islam secara signifikan memengaruhi adopsi perbankan syariah, sebagaimana dijelaskan oleh Theory of Planned Behavior (TPB) (Ajzen, 1991). Dalam konteks Islam, tingkat religiusitas individu umumnya diukur melalui beberapa indikator utama yang merefleksikan internalisasi nilai-nilai ajaran Islam dalam sikap dan perilaku sehari-hari, khususnya dalam aktivitas ekonomi dan bisnis. Indikator-indikator tersebut mencakup penekanan pada kejujuran (*ṣidq*) dalam berbisnis, ketulusan (*ikhlāṣ*) dalam bertransaksi, keyakinan terhadap nilai-nilai Islam dalam konteks multikulturalisme, serta komitmen terhadap penyampaian informasi yang akurat dan transparan sebagai bagian dari prinsip keadilan (*‘adl*) dalam bisnis Islam (Andriyanto et al., 2024).

Menurut TPB, sikap individu terhadap suatu perilaku dibentuk oleh keyakinan yang dimilikinya. Individu yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung membentuk sikap positif terhadap bank syariah karena sistem keuangannya selaras dengan prinsip-prinsip Islam (Laheri et al., 2024). Sebagai contoh, individu yang menjunjung tinggi kejujuran dalam bisnis akan memandang mekanisme perbankan syariah—yang menekankan prinsip bagi hasil dan larangan riba—sebagai sistem yang lebih etis dibandingkan perbankan konvensional. Demikian pula, ketulusan dalam bertransaksi mendorong preferensi terhadap bank syariah karena akad-akad yang digunakan didasarkan pada kesepakatan yang jelas dan bebas dari unsur gharar. Keyakinan Islam dalam konteks multikulturalisme juga membentuk sikap inklusif terhadap bank syariah sebagai sistem keuangan yang dapat diterima oleh berbagai kelompok masyarakat, sementara pentingnya penyampaian informasi yang akurat memperkuat persepsi bahwa bank syariah lebih transparan dan dapat dipercaya (Setiawan et al., 2023).

Literatur menunjukkan bahwa religiusitas Islam berpengaruh positif terhadap adopsi perbankan syariah. Bouteraa et al. (2024) mengkaji peran religiusitas dalam adopsi green banking di kalangan konsumen Muslim pada bank syariah di Uni Emirat Arab dan menemukan bahwa komitmen serta keyakinan religius secara signifikan membentuk niat konsumen untuk mengadopsi green banking. Selanjutnya, Alsmadi (2024) meneliti determinan adopsi perbankan syariah dan fintech, dengan menegaskan bahwa persepsi risiko, literasi keuangan, kepercayaan, kemudahan, dan orientasi religius memiliki pengaruh signifikan terhadap

keputusan konsumen. Sementara itu, Nazir & Saqib (2024) meneliti pengaruh religiusitas terhadap perilaku nasabah dalam memilih bank syariah pada nasabah bank syariah di Distrik Nowshera, Pakistan, dan menemukan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan nasabah, sedangkan pendidikan keuangan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan kajian literatur tersebut, penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut:

*H1. Religiusitas Islam berpengaruh positif terhadap adopsi perbankan syariah.*

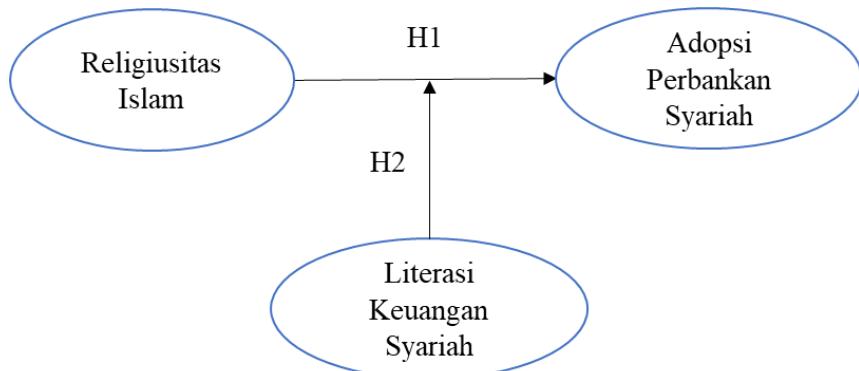
Literasi keuangan syariah memainkan peran penting dalam adopsi perbankan syariah serta memperkuat pengaruh religiusitas Islam terhadap adopsi tersebut, sebagaimana dijelaskan oleh TPB (Ajzen, 1991). Menurut TPB, perceived behavioral control memengaruhi pengambilan keputusan, yang berarti bahwa individu dengan tingkat pemahaman yang lebih tinggi terhadap prinsip-prinsip keuangan syariah akan merasa lebih percaya diri dalam memilih bank syariah karena mereka memandang dirinya mampu membuat keputusan keuangan yang sesuai dengan ketentuan syariah (Dewi et al., 2023; Wang et al., 2024).

Bukti empiris menegaskan adanya keterkaitan yang erat antara religiusitas, literasi keuangan syariah, dan adopsi layanan perbankan syariah. Albaity & Rahman (2019) menemukan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan syariah serta niat individu untuk menggunakan produk perbankan syariah, yang menunjukkan peran mendasar komitmen religius dalam membentuk perilaku keuangan. Lebih lanjut, Pala et al. (2024) membuktikan bahwa literasi keuangan syariah tidak hanya meningkatkan pemahaman individu terhadap prinsip-prinsip keuangan berbasis syariah, tetapi juga memperkuat pengaruh religiusitas terhadap keputusan menabung di bank syariah. Temuan-temuan tersebut secara kolektif menegaskan bahwa pemahaman yang memadai mengenai keuangan syariah, yang didukung oleh nilai-nilai religius yang kuat, memainkan peran penting dalam meningkatkan penerimaan dan pemanfaatan layanan perbankan syariah.

Berdasarkan kajian literatur tersebut, penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut:

*H2. Literasi keuangan syariah memediasi hubungan antara religiusitas Islam dan adopsi perbankan syariah.*

Gambar 1 menunjukkan model penelitian yang akan diteliti dalam studi ini.



Gambar 1. Model Penelitian

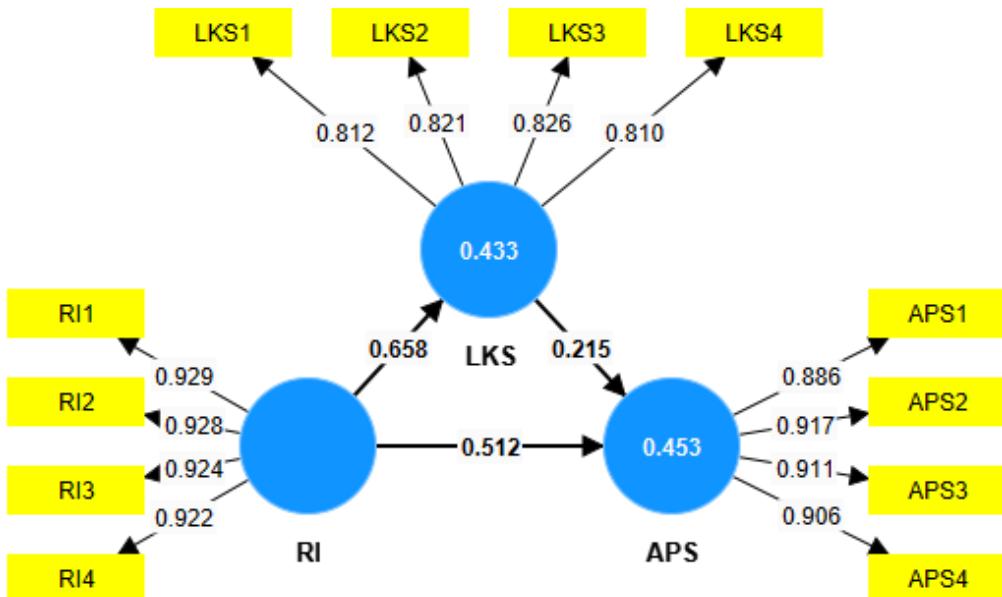
### Analisa Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak *SmartPLS* versi 4.0. Pendekatan SEM-PLS dipilih karena mampu menguji hubungan kausal antarvariabel laten secara simultan, termasuk pengujian model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*), serta sesuai digunakan pada penelitian yang bersifat prediktif dan kompleks (Sholihin & Ratmono, 2021). Evaluasi model pengukuran dilakukan melalui pengujian validitas dan reliabilitas konstruk, sedangkan evaluasi model struktural dilakukan dengan menganalisis koefisien jalur, nilai *R-square*, serta signifikansi hubungan antarvariabel melalui prosedur *bootstrapping* (Hair et al., 2022).

### C. Hasil dan Pembahasan

#### Hasil

Gambar 2 menyajikan hasil pengujian *loading factor* masing-masing indikator penelitian yang dianalisis menggunakan perangkat lunak *SmartPLS* versi 4.0. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh indikator pada setiap variabel memiliki nilai *loading factor* di atas 0,70, yang mengindikasikan bahwa indikator-indikator tersebut memiliki tingkat validitas konvergen yang baik (Hair et al., 2022). Setiap indikator dinyatakan mampu merepresentasikan konstruk laten yang diukurnya secara memadai, sehingga model pengukuran dalam penelitian ini dapat dinilai valid dan layak untuk digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

Gambar 2. Hasil Pengujian *Loading Factor*

Tabel 1 menyajikan hasil pengujian validitas dan reliabilitas konstruk dalam penelitian ini yang meliputi variabel Religiusitas Islam (RI), Literasi Keuangan Syariah (LKS), dan Adopsi Perbankan Syariah (APS). Berdasarkan hasil analisis, nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* pada ketiga variabel berada di atas batas minimum 0,70, yang mengindikasikan tingkat konsistensi internal dan reliabilitas konstruk yang baik (Hair et al., 2022). Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk seluruh variabel juga melebihi 0,50, yang menegaskan bahwa masing-masing konstruk mampu menjelaskan varians indikatornya secara memadai (Hair et al., 2022). Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, sehingga layak digunakan dalam pengujian model struktural selanjutnya.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Loading factor	Cronbach's alpha	Composite reliability	AVE
Religiusitas Islam				
RI1	0.929	0.944	0.947	0.857
RI2	0.928			
RI3	0.924			
RI4	0.922			
Literasi Keuangan Syariah				
LKS1	0.812	0.834	0.835	0.668
LKS2	0.821			

Variabel	>Loading factor	Cronbach's alpha	Composite reliability	AVE
LKS3	0.826			
LKS4	0.810			
Adopsi Perbankan Syariah				
APS1	0.886	0.927	0.929	0.819
APS2	0.917			
APS3	0.911			
APS4	0.906			

Tabel 2 menyajikan hasil pengujian discriminant validity menggunakan pendekatan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) pada variabel APS, LKS, dan RI. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh nilai HTMT antarvariabel berada di bawah batas ambang yang direkomendasikan, yaitu 0,85 (Hair et al., 2022). Temuan ini mengindikasikan bahwa setiap konstruk memiliki tingkat diskriminasi yang baik dan benar-benar mengukur konsep yang berbeda satu sama lain. Dapat disimpulkan bahwa model pengukuran dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas diskriminan, sehingga hubungan antarvariabel laten dapat dianalisis lebih lanjut tanpa adanya masalah tumpang tindih konstruk.

Tabel 2. Hasil Uji Discriminant Validity menggunakan HTMT

Variabel	APS	LKS	RI
Adopsi Perbankan Syariah (APS)			
Literasi Keuangan Syariah (LKS)	0.626		
Religiusitas Islam (RI)	0.696	0.739	

Tabel 3 menyajikan hasil pengujian *R-Square* ( $R^2$ ) dan *R-Square Adjusted* pada variabel endogen dalam model penelitian, yaitu APS dan LKS. Nilai *R-Square* pada variabel APS sebesar 0,453 menunjukkan bahwa sebesar 45,3% variasi adopsi perbankan syariah dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang memengaruhinya dalam model, sementara sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian. Adapun nilai *R-Square* pada variabel LKS sebesar 0,433, yang mengindikasikan bahwa 43,3% variasi literasi keuangan syariah dapat dijelaskan oleh variabel prediktor dalam model. Nilai *R-Square Adjusted* yang relatif tidak jauh berbeda dari nilai *R-Square* pada kedua variabel menunjukkan stabilitas model yang baik serta kemampuan prediktif yang cukup memadai, sehingga model struktural dalam penelitian ini dapat dikategorikan memiliki kekuatan penjelasan yang moderat.

Tabel 3. Hasil Uji R-Square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Adopsi Perbankan Syariah (APS)	0.453	0.450
Literasi Keuangan Syariah (LKS)	0.433	0.431

Tabel 4 menyajikan hasil pengujian hipotesis dalam model penelitian yang dianalisis menggunakan metode SEM-PLS. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan langsung antara RI dan APS memiliki koefisien jalur sebesar 0,512 dengan *nilai t-statistics* sebesar 5,916 dan *p-values* sebesar 0,000, yang mengindikasikan adanya pengaruh positif dan signifikan pada tingkat signifikansi 1%. Temuan ini menunjukkan bahwa RI merupakan faktor determinan yang kuat dalam mendorong APS, sehingga semakin tinggi tingkat religiusitas individu, semakin besar pula kecenderungan individu tersebut untuk memilih dan menggunakan layanan perbankan syariah dalam aktivitas keuangan mereka.

Selain pengaruh langsung, hasil pengujian juga menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung melalui peran mediasi LKS dalam hubungan antara RI dan APS. Nilai koefisien jalur tidak langsung sebesar 0,142 dengan *t-statistics* sebesar 2,272 dan *p-values* sebesar 0,023 menunjukkan bahwa pengaruh mediasi tersebut signifikan pada tingkat 5%. Temuan ini mengonfirmasi bahwa hipotesis H2 diterima, yang berarti bahwa RI tidak hanya memengaruhi APS secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan LKS. Dengan demikian, pemahaman yang lebih baik terhadap prinsip-prinsip keuangan syariah memperkuat pengaruh religiusitas dalam mendorong individu untuk mengadopsi layanan perbankan syariah.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Original Sample	Standard Deviation	T Statistics	P Values	Deskripsi
RI -> APS	0.512	0.087	5.916	0.000***	H1 diterima
RI -> LKS -> APS	0.142	0.062	2.272	0.023**	H2 diterima

## Pembahasan

### Pengaruh Religiusitas Islam terhadap Adopsi Perbankan Syariah

Hasil pengujian hipotesis pertama yang dinyatakan diterima menunjukkan bahwa religiusitas Islam berpengaruh signifikan terhadap adopsi perbankan syariah. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat religiusitas individu memainkan peran yang sangat penting dalam keputusan untuk mengadopsi layanan perbankan syariah. Dalam konteks Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, hasil ini memiliki relevansi yang tinggi. Individu dengan tingkat pemahaman dan pengamalan

agama yang tinggi cenderung memilih sistem keuangan yang sejalan dengan nilai-nilai Islam, seperti terbebas dari unsur *riba*, *gharar*, dan *maisir*. Perbankan syariah menjadi pilihan utama karena dipersepsi konsisten dengan prinsip-prinsip keuangan Islam yang diyakini dapat memberikan keberkahan serta ketenangan dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.

Temuan ini sejalan dengan TPB yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), yang menegaskan bahwa sikap individu terhadap suatu perilaku dibentuk oleh keyakinan dan nilai-nilai yang mendasarinya. Dalam konteks perbankan syariah, individu yang memiliki tingkat komitmen religius yang tinggi cenderung memandang layanan perbankan syariah secara positif karena sistem dan praktik operasionalnya dianggap selaras dengan ajaran agama yang dianut, khususnya terkait prinsip keadilan, kehalalan, dan larangan *riba*. Sikap positif tersebut tidak hanya membentuk persepsi yang baik terhadap perbankan syariah, tetapi juga berperan penting dalam memperkuat niat perilaku individu untuk mengadopsi dan menggunakan layanan perbankan syariah dalam aktivitas keuangan sehari-hari.

Dukungan terhadap temuan ini juga ditunjukkan oleh sejumlah penelitian terdahulu. Bouteraa et al. (2024) mengungkapkan bahwa religiusitas memainkan peran kunci dalam adopsi green banking di kalangan konsumen Muslim di Uni Emirat Arab, di mana komitmen dan keyakinan religius mendorong niat untuk menggunakan layanan keuangan berbasis syariah. Selanjutnya, Alsmadi (2024) menegaskan bahwa orientasi religius berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam mengadopsi perbankan syariah dan fintech Islam, di samping faktor lain seperti persepsi risiko, literasi keuangan, dan kemudahan. Selain itu, penelitian oleh Nazir & Saqib (2024) menemukan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap perilaku nasabah dalam memilih bank syariah, sementara pendidikan keuangan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Secara keseluruhan, temuan-temuan tersebut semakin memperkuat argumen bahwa religiusitas merupakan determinan utama dalam mendorong adopsi perbankan syariah di berbagai konteks negara mayoritas Muslim, termasuk Indonesia.

### **Peran Literasi Keuangan Syariah dalam memediasi Religiusitas Islam terhadap Adopsi Perbankan Syariah**

Hasil pengujian hipotesis kedua yang dinyatakan diterima menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah secara signifikan memediasi pengaruh religiusitas Islam terhadap adopsi perbankan syariah. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemahaman terhadap prinsip-prinsip keuangan syariah memperkuat hubungan antara tingkat religiusitas individu dan keputusan untuk mengadopsi layanan perbankan syariah. Dalam konteks Indonesia, di mana inklusi keuangan syariah masih menghadapi berbagai tantangan, literasi keuangan syariah memegang peran yang sangat penting. Meskipun

majoritas penduduk Indonesia beragama Islam, tingkat literasi keuangan syariah secara umum masih tergolong relatif rendah. Oleh karena itu, peningkatan pemahaman masyarakat terhadap konsep-konsep seperti riba, sistem bagi hasil, serta instrumen keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah dapat memperkuat pengaruh religiusitas terhadap preferensi penggunaan perbankan syariah. Semakin baik pemahaman individu mengenai cara kerja sistem perbankan syariah, semakin besar pula kemungkinan mereka memandangnya sebagai pilihan keuangan yang rasional sekaligus selaras dengan nilai-nilai keimanan.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui TPB yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) yang menyatakan bahwa pengambilan keputusan individu dipengaruhi oleh perceived behavioral control, yaitu sejauh mana individu merasa memiliki kemampuan dan kendali untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Dalam konteks penelitian ini, individu dengan tingkat pemahaman yang lebih tinggi terhadap prinsip-prinsip keuangan syariah cenderung memiliki tingkat kepercayaan diri dan kompetensi yang lebih besar dalam memilih serta menggunakan layanan perbankan syariah. Keyakinan akan kemampuan tersebut mendorong individu untuk merasa lebih siap dan mampu dalam mengambil keputusan keuangan yang sesuai dengan ketentuan hukum Islam, sehingga pada akhirnya memperkuat kecenderungan mereka untuk mengadopsi perbankan syariah (Wang et al., 2024).

Dukungan empiris terhadap temuan ini juga ditunjukkan oleh penelitian-penelitian sebelumnya. Albaity & Rahman (2019) menemukan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan syariah, yang selanjutnya memengaruhi niat individu untuk menggunakan produk perbankan syariah. Temuan ini menegaskan bahwa komitmen religius menjadi landasan penting dalam pembentukan perilaku keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Lebih lanjut, Pala et al. (2024) mengungkapkan bahwa literasi keuangan syariah tidak hanya meningkatkan pemahaman individu terhadap prinsip-prinsip keuangan Islam, tetapi juga memperkuat pengaruh religiusitas dalam pengambilan keputusan terkait aktivitas menabung di bank syariah. Secara keseluruhan, temuan-temuan tersebut menegaskan bahwa kombinasi antara religiusitas dan literasi keuangan syariah merupakan faktor kunci dalam meningkatkan adopsi perbankan syariah, khususnya di negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Indonesia, di mana kesadaran religius relatif tinggi namun pemahaman teknis mengenai sistem keuangan syariah masih perlu ditingkatkan.

#### **D. Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh religiusitas Islam terhadap adopsi perbankan syariah dengan menekankan peran mediasi literasi keuangan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas Islam berpengaruh

signifikan terhadap adopsi perbankan syariah, dengan literasi keuangan syariah berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan literasi keuangan syariah memiliki peran penting dalam memperkuat kecenderungan individu untuk mengadopsi layanan perbankan syariah. Upaya peningkatan pemahaman masyarakat mengenai prinsip-prinsip keuangan syariah menjadi faktor kunci dalam mendorong adopsi perbankan syariah yang lebih luas.

Penelitian ini berkontribusi secara teoretis dengan memberikan kontribusi terhadap pengembangan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dengan mengintegrasikan religiusitas dan literasi keuangan syariah dalam model perilaku konsumen pada konteks adopsi perbankan syariah. Secara praktis, penelitian ini memberikan implikasi penting bagi perbankan syariah dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi edukasi dan sosialisasi yang lebih efektif, khususnya dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai sistem keuangan syariah yang selaras dengan nilai-nilai religius.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain penggunaan data *cross-sectional* dan *self-reported*, yang dapat membatasi interpretasi hubungan kausal serta berpotensi menimbulkan bias keinginan sosial (*social desirability bias*), khususnya pada pengukuran religiusitas. Selain itu, penggunaan teknik *purposive sampling* pada pengguna perbankan syariah di Indonesia membatasi generalisasi temuan penelitian ini pada populasi yang lebih luas, termasuk individu yang belum menggunakan layanan perbankan syariah. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan desain *longitudinal* atau *eksperimental* guna mengamati perubahan perilaku dari waktu ke waktu, memperluas cakupan sampel pada calon nasabah atau individu dengan akses terbatas terhadap perbankan syariah, serta mengeksplorasi variabel lain yang berpotensi memengaruhi adopsi perbankan syariah, seperti literasi digital, tingkat kepercayaan terhadap lembaga syariah, atau persepsi kualitas layanan.

## **Daftar Rujukan**

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1493416>
- Albaity, M., & Rahman, M. (2019). The intention to use Islamic banking: an exploratory study to measure Islamic financial literacy. *International Journal of Emerging Markets*, 14(5), 988–1012. <https://doi.org/10.1108/IJEM-05-2018-0218>
- Ali, Q., Parveen, S., Aspiranti, T., Nurhayati, N., & Rusgianto, S. (2024). Barriers to the adoption of Islamic banking: a bibliometric analysis. *International Journal of*

- Ethics and Systems*, 40(3), 628–650. <https://doi.org/10.1108/IJOES-01-2023-0001>
- Alsmadi, A. A. (2024). Exploring the moderating role of religious orientation on Islamic Fintech adoption. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 17(2), 310–327. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-09-2023-0315>
- Alsmadi, A. A., Aalrawashdeh, N., Al-Gasaymeh, A., Al\_hazimeh, A. M., & Alhawamdeh, L. (2024). Adoption of Islamic Fintech in lending services through prediction of behavioural intention. *Kybernetes*, 53(6), 1921–1938. <https://doi.org/10.1108/K-10-2022-1362>
- Andriyanto, D., Utama, A. A. G. S., & Millati, I. (2024). Analysis of Factors Affecting of Using Sharia Mobile Banking among Indonesian Muslim Students. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, 22(2), 23313–23320. <https://doi.org/10.57239/PJLSS-2024-22.2.001660>
- Bouteraa, M., Chekima, B., Amin, H., Tamma, E., Lada, S., Ansar, R., & Lim, M. F. (2024). Does consumer religiosity matter for green banking adoption? Evidence from a Muslim-majority market. *Journal of Islamic Marketing*, 15(7), 1807–1823. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2023-0049>
- Dewi, I. O., Wahyudi, I., Setiawan, N., & Uyun, J. (2023). Fraud Ditinjau dari Etika Profesi dan Etika Bisnis Kasus PT Garuda Indonesia. *Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 40(1), 41–53. <https://doi.org/https://doi.org/10.58906/melati.v40i1.101>
- Ezeh, P. C., & Nkamnebe, A. D. (2022). Determinants of Islamic banking adoption among non-Muslim customers in a Muslim zone. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(4), 666–683. <https://doi.org/10.1108/JIABR-10-2021-0280>
- Febriani, A. R. (2024). *Indonesia Jadi Negara Paling Taat Beribadah di Dunia*. Detik.Com. <https://www.detik.com/hikmah/khazanah/d-7500623/indonesia-jadi-negara-paling-taat-beribadah-di-dunia>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Third). SAGE Publications.
- Junaidi, J., Anwar, S. M., Alam, R., Lantara, N. F., & Wicaksono, R. (2023). Determinants to adopt conventional and Islamic banking: evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 14(3), 892–909. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2021-0067>
- Kaabachi, S., & Obeid, H. (2016). Determinants of Islamic banking adoption in Tunisia: empirical analysis. *International Journal of Bank Marketing*, 34(7), 1069–1091. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2015-0020>
- Laheri, V. K., Lim, W. M., Arya, P. K., & Kumar, S. (2024). A multidimensional lens of environmental consciousness: towards an environmentally conscious theory of planned behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 41(3), 281–297. <https://doi.org/10.1108/JCM-03-2023-5875>
- Maryam, S. Z., Ahmad, A., Aslam, N., & Farooq, S. (2022). Reputation and cost benefits

- for attitude and adoption intention among potential customers using theory of planned behavior: an empirical evidence from Pakistan. *Journal of Islamic Marketing*, 13(10), 2090–2107. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2021-0059>
- Mindra, R., Bananuka, J., Kaawaase, T., Namaganda, R., & Teko, J. (2022). Attitude and Islamic banking adoption: moderating effects of pricing of conventional bank products and social influence. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(3), 534–567. <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2021-0068>
- Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh religiusitas, kualitas layanan, dan promosi terhadap minat menabung di bank syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 167–177. <https://doi.org/10.56174/pjeb.v2i2.61>
- Nazir, M., & Saqib, S. E. (2024). Religiosity-based behavioral study, Islamic finance users' approach and selection standard: empirical evidence from Pakistan. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2023-0047>
- Pala, F., Erdoğdu, A., Ali, M., Alnori, F., & Barut, A. (2024). Analyzing the linkage between Islamic financial literacy and Islamic banking services adoption: evidence from Turkey. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 15(5), 784–817. <https://doi.org/10.1108/JIABR-12-2021-0324>
- Raut, R. K., & Kumar, S. (2024). An integrated approach of TAM and TPB with financial literacy and perceived risk for influence on online trading intention. *Digital Policy, Regulation and Governance*, 26(2), 135–152. <https://doi.org/10.1108/DPRG-07-2023-0101>
- Setiawan, N. (2024). Religiosity for preventing employee fraud. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.30871/jama.v8i1.7080>
- Setiawan, N., Khamid, A., Huda, M. M., & Muntholip, A. (2023). Exploration of Religious Moderation with Local Culture among Samin Community, Bojonegoro. *El Harakah: Jurnal Budaya Islam*, 25(2), 237–254. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18860/eh.v25i2.24243>
- Setiawan, N., & Khoiriyyah, A. (2025). How does Islamic spirituality enhance employee performance? exploring the roles of employee happiness and organizational culture. *Sociological Focus*. <https://doi.org/10.1080/00380237.2025.2599209>
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis*. Penerbit Andi.
- Sudarsono, H., Tumewang, Y. K., & Kholid, M. N. (2021). Customer adoption of Islamic banking services: empirical evidence from Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 1193–1204. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.1193>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suyatno, M. I. Y., Rofiq, A., Imam Yahya, & Rahmania Mustahidda. (2024). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial terhadap

- Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia Tahun 2022-2023. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 5(2 SE-Articles), 156–171. <https://doi.org/10.51339/nisbah.v5i2.2417>
- Umar, U. H., AbuBakar, M., Baita, A. J., Kademi, T. T., & Haron, M. H. (2021). Do academic and professional institutions promote the awareness and knowledge of Islamic banking and finance in Nigeria? *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(3), 401–417. <https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2020-0171>
- Wang, Y., Zhao, J., & Pan, J. (2024). The investigation of green purchasing behavior in China: A conceptual model based on the theory of planned behavior and self-determination theory. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 77, 103667. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103667>
- Yaqin, A. (2024). Pengembangan Perbankan Syariah Dalam Mendukung Inklusi Keuangan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 1130. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12117>