

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Object Penelitian

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar sekaligus negara terluas ke-14 di dunia, terletak di antara Samudra Hindia dan Samudra Pasifik. Kebudayaan yang dimiliki Indonesia kaya karena banyaknya suku, bahasa daerah, adat istiadat tiap daerah, dan agama yang beragam. Indonesia memiliki 38 provinsi yang tersebar dari Pulau Jawa, Pulau Sumatera, Pulau Kalimantan, Pulau Sulawesi, hingga Pulau Papua. Jumlah masyarakat Negara Indonesia diperkirakan mencapai 275,77 juta pada tahun 2022, naik sebesar 1,13% dari 272,68 juta pada tahun sebelumnya, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020. Pulau Jawa merupakan pulau terpadat di Indonesia, jumlah penduduknya diperkirakan sekitar 150-160 juta jiwa. Pulau Jawa terdiri dari 6 provinsi yaitu Banten, Jawa Barat, DKI Jakarta, Jawa Tengah, DI Yogyakarta, dan Jawa Timur.

Tabel 1.1
Jumlah Penduduk Menurut Klasifikasi Generasi di Indonesia

Generasi	Laki-laki	Perempuan	Total
<i>Post</i> Generasi Z	18.056.807	17.263.282	35.320.089
Generasi Z	36.791.764	34.717.318	71.509.082
Milenial/Gen Y	35.394.641	34.305.331	69.699.972
Generasi X	28.333.040	28.224.259	56.557.299
<i>Boomer</i>	16.078.115	16.414.860	32.492.975
<i>Pre Boomer</i>	2.077.532	2.616.968	4.624.500
Total	136.661.899	133.542.018	270.203.917

Sumber: Badan Pusat Statistik, Sensus Penduduk (2020)

Gambar 1.1 memperlihatkan bahwa masyarakat Indonesia berdasarkan generasi terdiri dari 6 generasi, yaitu *Post* Generasi Z (2012-2027), Generasi Z (1997-2012), Milenial/Gen Y (1981-1996), Generasi X (1965-1980), *Boomer* (1946-1964) dan terakhir *Pre Boomer* (<1945). Dengan total masyarakat di lebih dari 270 juta penduduk, Generasi Z dengan umur 12-27 tahun pada tahun 2024 ini, unggul menjadi generasi dengan populasi terbanyak mencapai 26% dari total penduduk Indonesia, baik itu berdasarkan jenis kelamin laki-laki maupun perempuan dengan total sebanyak 71.509.082 orang penduduk.

Tabel 1. 2 Total Populasi Gen Z Berdasarkan Wilayah

Wilayah	Total Populasi Gen Z
Pulau Sumatera	16.317.578
Pulau Kalimantan	4.630.045
Pulau Jawa	38.409.832
Kepulauan Nusa Tenggara dan Bali	4.071.831
Pulau Sulawesi	5.627.498
Pulau Maluku dan Papua	2.452.298
Total	71.509.082

Sumber: Badan Pusat Statistik, Sensus Penduduk (2020)

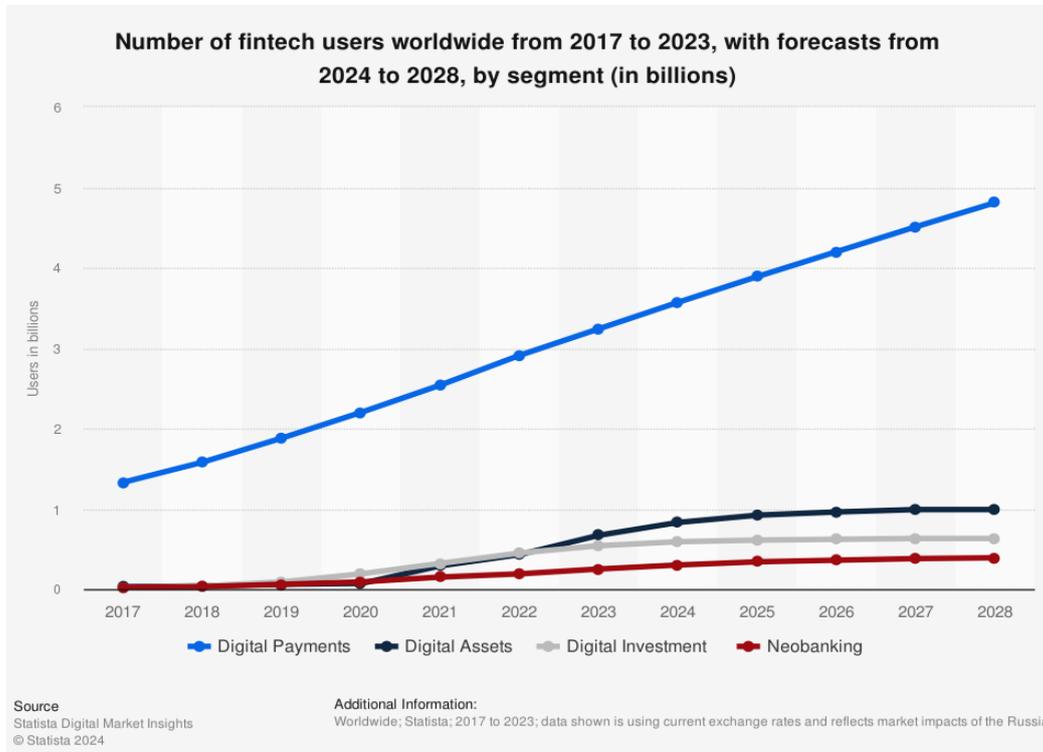
Tabel 1.2 memperlihatkan Pulau Jawa menjadi wilayah dengan populasi Gen Z terbanyak menurut wilayah. Pulau Jawa berdasarkan jumlah populasi Gen Z terdiri dari DKI Jakarta (2.678.252), Jawa Barat (**12.965.399**), Jawa Tengah (9.023.730), Jawa Timur (9.643.116), DI Yogyakarta (835.000), dan Banten (3.264.335). Jawa Barat menjadi wilayah dengan populasi Gen Z terbanyak di Pulau Jawa (Badan Pusat Statistik, 2020).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Financial Technology atau *Fintech* adalah sebuah bentuk baru dari industri keuangan yang menerapkan perkembangan teknologi untuk meningkatkan aktivitas keuangan (Schueffel, 2016). Tujuan dari *fintech* adalah untuk mendigitalkan mekanisme pembayaran mekanisme pembayaran, menghasilkan pengurangan biaya dan menciptakan sistem pembayaran yang transparan dan efisien. *Fintech* sering dianggap sebagai penemuan modern terbaik dari Lembaga non-keuangan (Arner, Barberis, & Buckley, 2015). *Fintech* merupakan kombinasi antara perangkat lunak serta perangkat keras yang dapat memobilisasi dana dengan tingkat kenyamanan yang tinggi (Lee, 2009)

Fintech sendiri merupakan salah satu bentuk penerapan teknologi informasi di bidang keuangan yang pertama kali muncul di tahun 2004 oleh Zopa, yaitu sebuah lembaga keuangan di Inggris yang menjalankan jasa peminjaman uang, yang dewasa ini sudah merambah ke berbagai macam jenis aplikasi untuk berbagai macam jenis transaksi. *Fintech* juga merupakan salah satu alternatif berinvestasi yang menghadirkan manfaat bagi masyarakat yang mempunyai keinginan untuk mengakses layanan jasa keuangan secara praktis, efisien, nyaman, dan ekonomis.

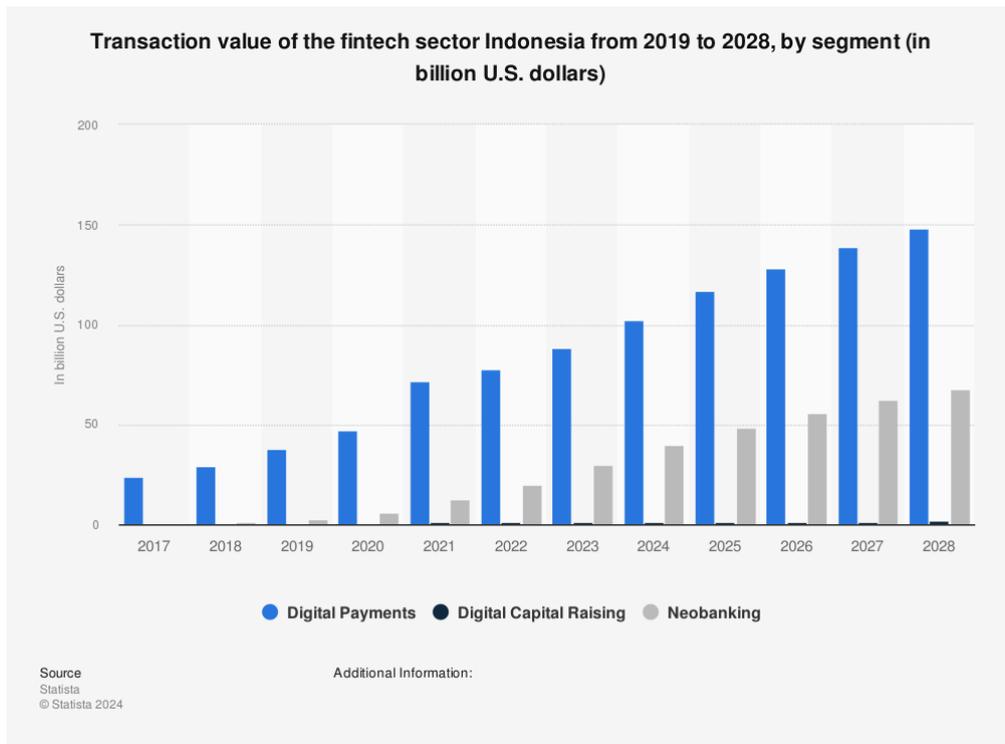
Gambar 1.1 memuat informasi mengenai statistik pengguna *fintech* di seluruh dunia sejak 2017 hingga 2023, pertumbuhan pengguna *fintech* di seluruh dunia di perkirakan akan terus bertambah setiap tahunnya hingga tahun 2028 (Statista, 2024).



Gambar 1. 1 Statistik Pengguna *Fintech* di Seluruh Dunia 2017 – 2023

Sumber: Statista, (2024)

Di Indonesia, pertumbuhan industri *fintech* terlihat dari meningkatnya nilai transaksi, jumlah pelaku berlisensi, variasi solusi layanan keuangan yang ditawarkan, serta adopsi pasar. Masa pandemi Covid-19 yang melanda perekonomian Indonesia membuat sebagian besar masyarakat Indonesia bergeser ke arah digital, termasuk dalam aspek keuangan. Per 16 Maret 2021, terdapat 148 penyelenggara *fintech peer-to-peer lending* atau *fintech lending* yang terdaftar dan telah berizin di Otoritas Jasa Keuangan (OJK), hal ini menunjukkan pertumbuhan *fintech* di Indonesia (OJK, 2021). Pertumbuhan yang signifikan pada nilai transaksi *fintech* di Indonesia yang akan terus meningkat diperkirakan hingga tahun 2028. Statistik pada gambar 1.2 membuktikan bahwa adopsi teknologi finansial ini sangat digemari masyarakat Indonesia dan akan terus berkembang hingga beberapa tahun kedepan (Statista, 2024).



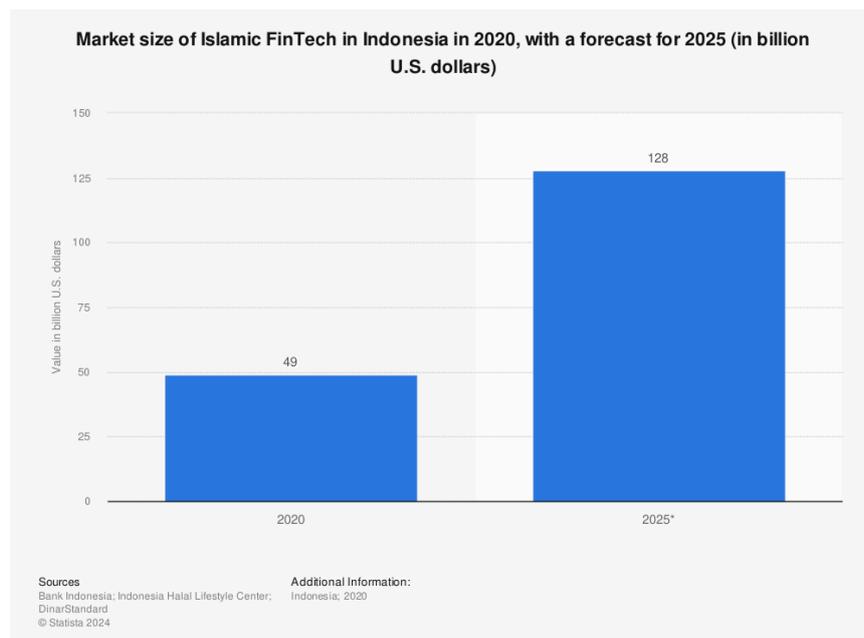
Gambar 1. 2 Statistik *value* transaksi pada *fintech* di Indonesia 2019 – 2028

Sumber: Statista (2024)

Fintech telah membuka prospek yang sangat signifikan bagi sektor teknologi finansial Islami/syariah global serta mempromosikan inklusi keuangan di pasar negara berkembang seperti Indonesia (Hudaefi & Badeges, 2021). Ukuran pasar *fintech* syariah di negara-negara *Organisation of Islamic Cooperation* (OIC) mencapai US\$79 miliar pada tahun 2021, setara dengan 0,83% volume transaksi *fintech* global (Dinar, 2018). *Islamic fintech* diprediksi akan mencapai US\$179 miliar dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) 17,9% pada tahun 2026, perkiraan pertumbuhan yang lebih tinggi daripada perkiraan *fintech* tradisional dengan CAGR 13,5% untuk periode yang sama (Dinar, 2018). Saat ini terdapat 375 perusahaan *fintech* syariah di seluruh dunia, dengan Indonesia menjadi salah satu pasar teratas dalam hal volume transaksi (Dinar, 2018). Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia (2022) mencatat bahwa terdapat banyak perusahaan yang terdaftar dan beroperasi legal sebagai perusahaan *Islamic fintech* seperti Waqara, Takaful, Zahir Capital Hub, Efunding, Sobat Syariah, Moxa Mabroor, OneShaf, Amaan, SyarQ, ArtaKu, serta untuk perusahaan *peer to peer lending* berbasis syariahnya ada Alami, Papitupi Syariah, Ammana, Duha, Qazwa, Ethis dan Dana Syariah.

Definisi *Islamic technology financial* secara khusus dapat ditemukan dalam Hudaefi (2020). Ia menetapkan definisi sebagai: ["...] *inovasi teknologi dalam industri keuangan untuk meningkatkan kegiatan ekonomi yang sesuai dengan syariah, mempromosikan*

maqāṣid al-sharī'ah (tujuan hukum Islam), dan relevan dengan fatwa (pendapat yuridis) serta peraturan [...] (Hudaefi, 2020). *Fintech* juga menawarkan pilihan yang baik guna menyesuaikan dengan kebutuhan khusus masyarakat Muslim dan usahanya (Al-Okaily, et al., 2021). Teknologi finansial berbasis syariah memiliki sistem atau aturan tersendiri yang terkait dengan aturan Agama Islam, yaitu masalah etika yang terkait dengan stabilitas sistem keuangan dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam skala besar (Rabbani, Khan, & Thalassinis, 2020). Dengan munculnya *fintech* syariah, sistem keuangan syariah harus bersaing dengan sistem keuangan konvensional agar dapat bertahan dan sejajar dengan mereka dan menunjukkan ketangguhan keagamaan mereka. Jenis *fintech* syariah pasti berbeda dari pesaing konvensional karena inklusif, transparan, beretika, menguntungkan kedua belah pihak, dan sesuai dengan syariah agama Islam. Teknik syariah adalah konsep yang relatif baru, dan hanya sedikit penelitian yang mengkaji masalah ini (Rabbani, Khan, & Thalassinis, 2020). Studi penelitian sebelumnya juga menunjukkan ketertarikan untuk memahami bagaimana *fintech* syariah memengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah (Aisyah, 2018).



Gambar 1. 3 Statistik *Market Size Islamic Fintech* di Indonesia 2020

Sumber: Statista (2024)

Pasar industri *fintech* di Indonesia akan meningkat secara signifikan, dimana pada tahun 2020 tercatat nilai *fintech* syariah mencapai 49 miliar USD dan di perkirakan akan tumbuh menjadi 128 miliar USD di tahun 2025 (Statista, 2024). Data tersebut di ambil secara umum di seluruh pulau yang ada di Indonesia, jika ditelaah berdasarkan Pulau Jawa dan Luar Pulau Jawa, data yang diperoleh dari database Otoritas Jasa Keuangan (OJK), OJK

mencatat *outstanding* pinjaman *fintech peer to peer* (P2P) *lending* masih dominan di Pulau Jawa per Februari 2024. Adapun penyaluran dana *fintech* di Jawa per Februari 2024 sebesar Rp 46,05 triliun, sedangkan luar Jawa sebesar Rp 15,03 triliun. Adopsi teknologi finansial syariah ini lebih banyak digunakan di Pulau Jawa dibandingkan dengan Luar Pulau Jawa (OJK, 2024).

Pengguna layanan keuangan berbasis teknologi (*Fintech*) yang berorientasi syariah utamanya memperhatikan konsekuensi hukum yang mungkin timbul dari transaksi keuangan mereka. Selain itu, mereka juga bertanggung jawab untuk menyatakan dengan jelas tujuan dari setiap transaksi yang mereka lakukan dan memastikan kepatuhan terhadap ketentuan anti-pencucian uang. Ini dapat menyebabkan pengguna merasa lebih takut untuk menggunakan teknologi *fintech*, terutama karena hukum yang mengaturnya. Nasabah yang berencana mengadopsi *fintech* syariah lebih sensitif terhadap faktor risiko yang timbul dan menunjukkan tingkat kepercayaan yang lebih rendah jika mereka merasakan risiko yang lebih tinggi dalam *fintech* (Ali *et al.*, (2021b)).

Penelitian terdahulu oleh Peter dan Ryan (1976), *perceived risk* didefinisikan sebagai sejauh mana pelanggan merasakan bahwa mereka mungkin mengalami kerugian finansial saat membeli suatu barang atau layanan, yang dapat menyebabkan mereka merasa tidak nyaman atau tidak mau melakukan transaksi. Risiko yang dirasakan terkait dengan teknologi baru mencakup berbagai elemen, termasuk ancaman terhadap keuangan, keamanan fisik, efek sosial, dan kesehatan mental (Mbawuni & Nimako, 2017). Beberapa penelitian terkait menunjukkan bahwa *perceived risk* memainkan peran penting dalam proses adopsi dan penerimaan teknologi, baik saat ini maupun dalam konteks teknologi yang sedang berkembang (Granic & Marangunic, 2019).

Adopsi *fintech* dapat dipengaruhi oleh dua elemen, yaitu literasi keuangan dan orientasi agama (Alsmadi, 2024). Literasi keuangan terbukti memiliki hubungan yang baik dengan adopsi teknologi baru (Xie *et al.*, 2021). Literasi keuangan sangat penting dalam keuangan syariah karena terkait dengan prinsip pengambilan keputusan secara sadar dalam kehidupan Muslim (Albaity dan Rahman, 2019; Shuhaiber *et al.*, 2023). Selain itu, literasi keuangan dapat memengaruhi kecenderungan seseorang untuk menggunakan layanan keuangan yang sesuai dengan syariah (Azman *et al.*, 2023). Perkembangan adopsi *fintech* syariah sangat dipengaruhi oleh literasi keuangan (Darmansyah *et al.*, 2020). Pengguna membutuhkan literasi keuangan agar berhasil menelusuri kerumitan inovasi keuangan saat ini (Xie *et al.*, 2021; Zhao dan Zhang, 2020). Pengembangan teknologi telah terbukti sangat terkait dengan literasi ekonomi atau keuangan (Xie *et al.*, 2021).

Literasi digital adalah kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai format dari berbagai sumber ketika disajikan melalui komputer (Paul Glistler, 1997). Literasi keuangan syariah menurut Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), adalah pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan sesuai dengan ajaran Islam, seperti halnya memahami konsep dasar syariah, produk dan layanan keuangan syariah, serta mampu menggunakannya secara efektif. Inklusi keuangan syariah adalah suatu kondisi dimana seluruh masyarakat memiliki akses dan dapat memanfaatkan produk serta layanan jasa keuangan syariah dengan mudah, nyaman, dan sesuai dengan kebutuhan individu maupun bisnis, dengan tujuan meningkatkan akses, penggunaan, literasi masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan syariah serta mendorong pengembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat melalui sistem keuangan syariah. Prinsip-prinsip inklusi keuangan syariah yaitu, keadilan (*justice*), kemaslahatan (*maslahah*), keseimbangan (*balance*), universalitas (*universality*).

Teknologi memberikan banyak *perceived benefit* atau manfaat bagi kegiatan bisnis, dalam hal ini, teknologi dalam *fintech* akan memberikan beberapa manfaat untuk transaksi keuangan sehingga menarik minat pengguna (Viehland & Leong, 2007). Layanan berteknologi tinggi berguna dan bermanfaat hanya jika layanan tersebut memberikan tingkat manfaat ekonomi yang diperlukan dengan kenyamanan dan mekanisme yang mudah digunakan (Walker dan Johnson, 2006). Dalam penelitian sebelumnya, *perceived benefit* dirasakan dari penggunaan aplikasi *online* meningkatkan niat pengguna untuk mengadopsi aplikasi berbasis IT yang berbeda (Benlian dan Hess, 2011; Abramova dan Bo`hme, 2016; Lee *et al.*, 2013a; Lee, 2009; Lee *et al.*, 2013b; Farivar dan Yuan, 2014; Ryu, 2018). Persepsi *perceived benefit* memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan seseorang untuk berwakaf secara *online* (Amin, Abdul Rahman, Ramayah, Supinah, & Mohd-Aris, 2014). Pernyataan tersebut sejalan dengan pendapat (Kerviler, Demoulin, & Zidda, 2016) yang menyatakan bahwa pengguna tidak akan ragu menggunakan teknologi finansial jika manfaat dari *fintech* itu sendiri telah dirasakan.

Rempel, Holmes, dan Zanna (1985) dan Rotter (1980) berpendapat bahwa *trust* menggambarkan suatu keyakinan pribadi terhadap seseorang atau suatu aktivitas. Pengertian kepercayaan di sini mencakup hal-hal yang lebih luas dari kepercayaan terhadap seseorang, seperti kepercayaan terhadap tingkat teknologi. Kepercayaan ini dapat mengubah persepsi, perilaku dan niat untuk menerima sebuah inovasi (Kuriyan & Ray,

2009; Kuriyan, Kitner, & Watkins, 2010; Smith, 2010; Yu, Cao, Liu, Gong, & Adee, 2016). Keputusan pengguna untuk mengadopsi *fintech* didasari oleh *trust* karena *fintech* sangat erat kaitannya dengan data privasi dan transaksi keuangan (Luo, 2002). Dalam transaksi bisnis, *trust* memegang peranan penting karena memiliki berbagai manfaat dan risiko (Lin, Lu, Wang, & Wei, 2011). Hubungan antara *trust* dan *Islamic fintech adoption* adalah positif dan signifikan. Semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap *fintech* syariah, maka akan semakin besar pula niat untuk mengadopsi teknologi tersebut. Implikasi yang mungkin dari hasil ini adalah bahwa nasabah menganggap kepercayaan sebagai faktor penting sebelum mereka menggunakan *fintech* syariah. Selain itu, tingkat kepercayaan nasabah mengindikasikan bahwa mereka memiliki persepsi yang lebih positif terhadap teknologi (Ali *et al.*, 2021).

Pada penelitian sebelumnya dijelaskan bahwa *religious orientation* memiliki peranan penting dalam mengembangkan pola pikir mereka ke arah adopsi *fintech* (Bakri & Yahaya, 2020). Dampak dari pengaruh ini terutama terlihat di bidang *fintech* syariah, yang secara substansial memengaruhi pola pikir dan praktik individu (Alsmadi *et al.*, 2023a, 2023b). Selain itu, sebuah penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara tingkat *religious orientation* di antara para pengguna dan kecenderungan mereka untuk menerima solusi *fintech* syariah, yang menyoroti pengaruh yang cukup besar dari kepercayaan diri terhadap pilihan kemajuan keuangan dalam lingkungan Islam (Haridan *et al.*, 2020; Aulia *et al.*, 2020; Ali dan Ahmad, 2019). Pengaruh orientasi dan gagasan spiritual terhadap asumsi kesesuaian individu terhadap layanan *fintech* syariah dapat menyebabkan *positioning* agama memainkan peran penting dalam adopsi *fintech* tersebut (Tran dan Nguyen, 2021; Alsmadi *et al.*, 2023). Agama memainkan peran yang cukup besar dalam hubungan antara kenyamanan, penggunaan dan pertumbuhan *fintech* syariah (Alsmadi *et al.*, 2023). *Fintech* berkembang pesat di Indonesia dan telah mendapatkan kesan yang semakin baik dari investor asing sebagai negara dengan potensi ekonomi digital yang baik (Hendratmi *et al.*, 2019). Menurut Pusat Pengembangan Ekonomi Islam Dubai (2018), Indonesia memiliki jumlah perusahaan rintisan (*start-up*) *fintech* syariah terbanyak di seluruh dunia; Indonesia merupakan rumah bagi 31 dari 93 perusahaan rintisan yang telah terdaftar di Asosiasi *fintech* Islam. KPMG (2019) melaporkan bahwa ada sekitar 167 perusahaan *fintech* dengan nilai investasi sebanyak US\$182,3 juta di Indonesia. Nilai total investasi *fintech* yang diungkapkan pada tahun 2017 adalah sebesar US\$176,75 juta, nilai transaksi yang ada di pasar *fintech* pada tahun 2018 adalah sebesar US\$22.338 juta, dan nilai transaksi tersebut

diperkirakan akan menunjukkan pertumbuhan tahunan sebesar 16,3 persen (*Fintechews*, 2018).

Setiap individu memiliki karakteristik, kepercayaan, dan sifat tersendiri. Sejalan dengan, setiap kelompok generasi memiliki pandangan, nilai, dan kepercayaan yang berbeda. Persepsi yang berbeda tentang berbagai produk dan layanan muncul dari kelompok generasi (Kashif dan Rehman, 2014). Generasi muda memiliki kapasitas untuk menggunakan teknologi baru dengan lebih baik daripada generasi yang lebih tua. Nasabah di industri keuangan lebih berhati-hati dalam menggunakan teknologi baru dibandingkan dengan nasabah di industri lain karena karakteristiknya yang unik (Ruangkanjanases dan Wongprasopchai, 2018). Akibatnya, layanan keuangan digital menjadi lebih sulit untuk digunakan oleh pelanggan, meskipun industri ini mengalami banyak perubahan dalam proses transaksi (Zavolokina *et al.*, 2016b). Oleh karena itu, mempelajari persepsi dari berbagai generasi sangat penting.

Sebagian besar penelitian terdahulu telah melihat perbedaan antara Generasi X dan Generasi Y dalam hal adopsi berbagai layanan keuangan digital (Berraies *et al.*, 2017; Tolani *et al.*, 2020). Gen Z dianggap sebagai “penduduk asli digital” karena kemahiran mereka dalam teknologi digital dan penggunaan perangkat, serta penerimaan yang tinggi terhadap layanan teknologi digital baru (Francis dan Hoefel, 2018). Penelitian ini mengkaji Generasi Z karena mereka menjadi generasi dengan populasi masyarakat terbanyak di Indonesia dengan umur produktif dan lebih responsif terhadap perubahan teknologi serta lebih fleksibel dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Penelitian ini hanya membahas Generasi Z karena mereka lebih sedikit dieksplorasi daripada Generasi X dan Generasi Y pada penelitian sebelumnya.

Beberapa penelitian terdahulu telah meneliti mengenai bagaimana *perceived risk* berpengaruh terhadap *Islamic fintech adoption*, bagaimana *financial literacy* berpengaruh terhadap *Islamic fintech adoption*, bagaimana *perceived benefit* berpengaruh terhadap *Islamic fintech adoption* serta bagaimana *trust* berpengaruh terhadap *Islamic fintech adoption*. Penelitian tersebut dilakukan secara terpisah atau ada penelitian yang menggunakan 2 variabel di antara 4 variabel tersebut, belum ada penelitian mengenai pengaruh ke 4 variabel tersebut terhadap *Islamic fintech adoption*. *Religious orientation* di gunakan sebagai media moderasi berdasarkan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa *religious orientation* berpengaruh signifikan terhadap *Islamic fintech adoption* (Alsmadi *et al.*, 2024). Religiusitas memengaruhi pemahaman konsep perbankan syariah dan juga memengaruhi kriteria pemilihan bank (Soma *et al.*, 2017). Namun, hingga saat ini

belum ada penelitian terdahulu yang spesifik meneliti pengaruh variabel tersebut terhadap pengadopsian *fintech* syariah pada Generasi Z di Jawa Barat. Tinjauan literatur menggaris bawahi perlunya menyelidiki dampak aspek-aspek seperti risiko yang dirasakan, literasi keuangan, manfaat yang dirasakan, dan kepercayaan terhadap adopsi *fintech* syariah. Selain itu, literatur menunjukkan adanya kebutuhan untuk mempelajari kemungkinan dampak dari orientasi agama sebagai mediator yang mempertimbangkan hubungan antara variabel-variabel tersebut terhadap adopsi *fintech* syariah.

Kebaruan atau *State of The Art* pada penelitian ini dapat meningkatkan teori mengenai korelasi antara *perceived risk*, *financial literacy*, *perceived benefit* dan *trust* terhadap *Islamic fintech adoption* dengan *religious orientation* sebagai variabel moderasi khususnya terhadap Generasi Z di Jawa Barat, Indonesia. Dengan memahami korelasi tersebut maka akan membantu mendorong pengembangan pengadopsian teknologi finansial syariah di Indonesia khususnya pada Gen Z di Jawa Barat yang menjadi wilayah dengan populasi Gen Z terpadat di Indonesia, serta para pemangku kepentingan dapat menggunakan hasil dari penelitian ini sebagai acuan dalam mengembangkan teknologi finansial syariah agar lebih sesuai dengan kebutuhan generasi Z di masa yang akan datang. Oleh karena itu berdasarkan pemaparan fenomena, data, dan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya untuk mengetahui pengaruh *perceived risk*, *financial literacy*, *perceived benefit* dan *trust* terhadap *Islamic fintech adoption*, maka penulis menyatakan penelitian ini berjudul **“ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED RISK*, *FINANCIAL LITERACY*, *PERCEIVED BENEFIT* DAN *TRUST* TERHADAP *ISLAMIC FINTECH ADOPTION* PADA GEN Z DI JAWA BARAT DENGAN *RELIGIOUS ORIENTATION* SEBAGAI VARIABEL MODERASI”**.

1.3 Perumusan Masalah

Fintech telah membuka prospek yang sangat signifikan bagi sektor teknologi finansial *Islamic/syariah* global serta mempromosikan inklusi keuangan di pasar negara berkembang seperti Indonesia (Hudaefi, 2020). Berdasarkan statistik nilai transaksi *fintech* di Indonesia pengadopsian teknologi finansial ini sangat digemari masyarakat Indonesia dan diperkirakan akan terus berkembang hingga beberapa tahun kedepan (Statista, 2024). Sebagian besar penelitian terdahulu telah melihat perbedaan antara Generasi X dan Generasi Y dalam pengadopsian berbagai layanan keuangan digital (Berraies *et al.*, 2017; Tolani *et al.*, 2020), namun masih sedikit yang meneliti mengenai pengadopsian *fintech*,

khususnya *fintech* syariah oleh Gen Z, sedangkan kita ketahui, berdasarkan data sensus penduduk pada tahun 2020, Agama Islam menjadi agama dengan populasi terbanyak, serta Gen Z merupakan populasi terbanyak yang ada di Indonesia. Gen Z dianggap sebagai “penduduk asli digital” karena kemahiran mereka dalam teknologi digital dan penggunaan perangkat, serta penerimaan yang tinggi terhadap layanan teknologi digital baru (Francis dan Hoefel, 2018). Pihak terkait harus memahami bagaimana pentingnya memahami pengadopsian *fintech* berbasis syariah oleh Generasi Z, agar dapat mengembangkan teknologi *fintech* tepat sasaran dan mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia kedepannya.

Peneliti ingin memahami bagaimana variabel-variabel seperti *perceived risk*, *financial literacy*, *perceived benefit*, dan *trust* dapat memengaruhi keputusan Generasi Z dalam mengadopsi layanan keuangan syariah melalui *platform* teknologi (*Islamic fintech*) yang ada di Jawa Barat, Indonesia. *Perceived risk* (risiko yang dirasakan) menyangkut seberapa besar Gen Z merasakan dampak risiko ketika menggunakan layanan *Islamic Fintech*, misalnya risiko keamanan data atau risiko keuangan. *Financial literacy* (literasi keuangan) yang dimaksud adalah bagaimana Gen Z memahami konsep-konsep keuangan syariah dan teknologi yang digunakan dalam *Islamic Fintech* yang sudah ada di Indonesia. *Perceived benefit* (manfaat yang dirasakan) seperti apakah Gen Z melihat manfaat yang signifikan dalam menggunakan layanan *Islamic Fintech*, seperti kemudahan akses atau kemungkinan hasil investasi yang lebih baik. Terakhir *trust* (kepercayaan) mengenai tingkat kepercayaan Gen Z terhadap *platform Islamic Fintech* dalam hal keamanan, kehandalan, dan kejujuran dalam penyediaan layanan.

Selanjutnya, peneliti ingin melihat apakah orientasi religius, atau orientasi keagamaan, memoderasi hubungan antara variabel-variabel tersebut terhadap adopsi *fintech* syariah oleh Gen Z di Jawa Barat, Indonesia. Sejauh mana Gen Z memiliki komitmen terhadap nilai-nilai agama dan sejauh mana nilai-nilai tersebut memengaruhi perilaku keuangan mereka. Peneliti ingin mengetahui apakah orientasi agama dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh pengambilan keputusan dalam menggunakan *fintech* syariah oleh Gen Z, dengan mempertimbangkan perbedaan dalam komitmen dan nilai-nilai agama di atas. Apakah terdapat perbedaan terhadap keputusan adopsi *fintech* syariah antara individu dengan tingkat *religious orientation* yang tinggi dan tingkat *religious orientation* yang rendah. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh positif antara *perceived risk* terhadap *Islamic fintech adoption* oleh Gen Z di Jawa Barat?
2. Apakah terdapat pengaruh positif antara *financial literacy* terhadap *Islamic fintech adoption* oleh Gen Z di Jawa Barat?
3. Apakah terdapat pengaruh positif antara *perceived benefit* terhadap *Islamic fintech adoption* oleh Gen Z di Jawa Barat?
4. Apakah terdapat pengaruh positif antara *trust* terhadap *Islamic fintech adoption* oleh Gen Z di Jawa Barat?
5. Apakah terdapat pengaruh positif antara *perceived risk* yang dimoderasi oleh *religious orientation* terhadap *Islamic fintech adoption* oleh Gen Z di Jawa Barat?
6. Apakah terdapat pengaruh positif antara *financial literacy* yang dimoderasi oleh *religious orientation* terhadap *Islamic fintech adoption* oleh Gen Z di Jawa Barat?
7. Apakah terdapat pengaruh positif antara *perceived benefit* yang dimoderasi oleh *religious orientation* terhadap *Islamic fintech adoption* oleh Gen Z di Jawa Barat?
8. Apakah terdapat pengaruh positif antara *trust* yang dimoderasi oleh *religious orientation* terhadap *Islamic fintech adoption* oleh Gen Z di Jawa Barat?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan daftar perumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengukur dan mengetahui :

1. Pengaruh *perceived risk* terhadap *Islamic fintech adoption* oleh Gen Z di Jawa Barat.
2. Pengaruh *financial literacy* terhadap *Islamic fintech adoption* oleh Gen Z di Jawa Barat.
3. Pengaruh *perceived benefit* terhadap *Islamic fintech adoption* oleh Gen Z di Jawa Barat.
4. Pengaruh *trust* terhadap *Islamic fintech adoption* oleh Gen Z di Jawa Barat.
5. Pengaruh *perceived risk* yang dimoderasi oleh *religious orientation* terhadap *Islamic fintech adoption* oleh Gen Z di Jawa Barat.
6. Pengaruh *financial literacy* yang dimoderasi oleh *religious orientation* terhadap *Islamic fintech adoption* oleh Gen Z di Jawa Barat.
7. Pengaruh *perceived benefit* yang dimoderasi oleh *religious orientation* terhadap *Islamic fintech adoption* oleh Gen Z di Jawa Barat.
8. Pengaruh *trust* yang dimoderasi oleh *religious orientation* terhadap *Islamic fintech adoption* oleh Gen Z di Jawa Barat.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

1. Memperkaya konsep atau teori tentang *perceived risk*, *financial literacy*, *perceived benefit*, *trust*, *religion orientation*, dan *Islamic fintech adoption* serta dapat digunakan sebagai acuan bahan pertimbangan atau referensi bagi penulis selanjutnya.
2. Memberikan penjelasan yang lebih rinci terkait dimensi apa saja yang memiliki pengaruh kuat dan signifikan antar variabel penelitian.
3. Membentuk model penelitian yang mapan pada penelitian yang telah ada sebelumnya terkait variabel yang memengaruhi pengadopsian teknologi finansial syariah.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih detail mengenai korelasi antara variabel penelitian dengan pengadopsian teknologi finansial syariah oleh Gen Z di Jawa Barat.
2. Temuan pada penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi pengembangan ilmu bagi lembaga terkait, khususnya mengenai peran variabel penelitian terhadap pengadopsian teknologi finansial syariah oleh Generasi Z di Jawa Barat, Indonesia.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pemecahan masalah yang berhubungan dengan topik penelitian seperti adopsi *Islamic fintech* pada Gen Z di Jawa Barat.
4. Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan oleh pihak yang berwenang atau pemangku kepentingan seperti Otoritas Jasa Keuangan dalam perumusan kebijakan terkait *islamic fintech*.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika pada penulisan tugas akhir dibuat guna memberikan gambaran umum secara rinci mengenai penulisan yang dilakukan dengan tujuan untuk kejelasan penulisan, kelengkapan penulisan, dan membuat hasil tulisan lebih terstruktur. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan singkat, ringkas, dan mendalam tentang isi penelitian. Ini mencakup informasi tentang latar belakang penelitian, sejarah penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan prosedur untuk menyusun tugas akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori umum dan khusus kajian pustaka, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran penelitian dibahas dalam bab ini. Jika diperlukan, itu juga mencakup hipotesis penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, pendekatan, metodologi, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis hasil penelitian untuk menjawab masalah penelitian dibahas. Jenis penelitian, operasi variabel, populasi dan sampel (untuk penelitian kuantitatif) dan situasi sosial (untuk penelitian kualitatif), pengumpulan data, uji validitas dan kredibilitas, dan teknik analisis data dibahas di sini.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dan diskusi penelitian disajikan dalam sub judul tersendiri dan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Bab ini terdiri dari dua bagian: yang pertama menampilkan hasil penelitian, dan yang kedua membahas atau menganalisis hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan harus dimulai dengan analisis data, interpretasi, dan pengambilan kesimpulan. Penelitian sebelumnya dan landasan teoritis yang relevan harus dipertimbangkan selama diskusi.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas mengenai kesimpulan atau intisari dan hasil akhir dari penelitian serta pembahasan-pembahasan yang berada pada bab sebelumnya. Selain itu, pada bagian ini terdapat saran-saran yang dapat diberikan kepada perusahaan, industri, atau pihak lain.