

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era globalisasi telah membawa perubahan fundamental yang mempengaruhi hampir seluruh sendi kehidupan manusia. Pesatnya perkembangan teknologi berjalan beriringan dengan meningkatnya penetrasi internet di Indonesia. Penetrasi internet merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan tingkat atau persentase penduduk di suatu wilayah yang telah mengakses serta memanfaatkan layanan internet (Ulya & Zannah, 2024). Secara bertahap, jumlah penduduk di Indonesia yang telah terhubung pada akses internet mengalami peningkatan setiap tahunnya.



Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: Survei APJII (2025)

Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah masyarakat Indonesia yang terkoneksi dalam layanan internet pada tahun 2025 menembus angka 229.428.417 jiwa dari total populasi sebesar 284.438.900 jiwa. Apabila dibandingkan dengan data

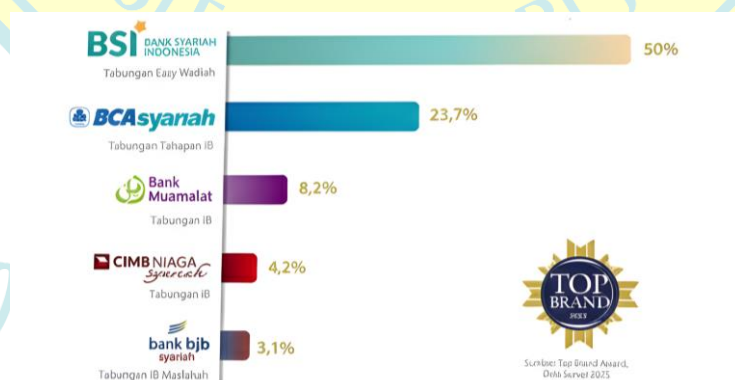
tahun 2024, peningkatan penetrasi internet di Indonesia meningkat sebesar 1,16% dengan jumlah pengguna meningkat sebesar 7.864.938 jiwa (APJII, 2025). Peningkatan penetrasi internet tersebut didorong oleh kemajuan infrastruktur teknologi informasi, meningkatnya penggunaan *smartphone*, dan ketersediaan jaringan yang semakin merata (Siregar *et al.*, 2023).

Salah satu sektor yang mengalami perubahan signifikan akibat perkembangan teknologi adalah sektor perbankan. Transformasi digital di sektor perbankan merupakan sebuah keniscayaan yang tidak dapat dihindari sebagai respon atas tuntutan zaman dan perubahan perilaku nasabah. Perbankan berpotensi mengalami ketertinggalan apabila tidak mengikuti perkembangan zaman, saat ini perbankan dituntut adaptif melalui inovasi penyediaan layanan berbasis digital (Abubakar & Handayani, 2022). Layanan perbankan yang semula identik dengan tatap muka perlahan mengalami pergeseran ke arah digitalisasi layanan.

Lebih lanjut, perkembangan digitalisasi perbankan tidak dapat dipisahkan dari keberadaan perbankan syariah sebagai salah satu pilar sistem keuangan nasional. Perbankan syariah merupakan sistem keuangan alternatif yang berlandaskan pada prinsip syariah Islam seperti larangan terhadap *riba* (tambahan yang dilarang), *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (taruhan), serta mengedepankan nilai keadilan, transparansi, dan keberkahan dalam setiap transaksi (Khoirudin & Mawardi, 2025). Kehadiran perbankan syariah memiliki peran penting mengingat Indonesia yang kembali menempati posisi pertama sebagai negara dengan jumlah

penduduk muslim terbesar di dunia. Data *Timesprayer* melalui laman *GoodStats* (data.goodstats.id) per 3 Maret 2025 menunjukkan bahwa dari total populasi Indonesia sebesar 281,3 juta jiwa, sebanyak 244,7 juta jiwa di antaranya merupakan penduduk muslim (Wafa, 2025). Besarnya populasi penduduk muslim di Indonesia bukan tanpa alasan yakni potensi tersebut dapat dijadikan pendorong untuk masyarakat Indonesia menerapkan sistem syariah Islam dalam aktivitas ekonominya.

Transformasi digital perbankan diwujudkan melalui penyediaan layanan berbasis elektronik, salah satunya ialah *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan fasilitas sebagai bentuk inovasi yang disediakan oleh bank guna memudahkan nasabah dalam mengakses informasi terkini serta melakukan transaksi keuangan secara *real time* (Oktaviani & Basyariah, 2022). Perbankan konvensional maupun perbankan syariah gencar mengoptimalkan layanan *mobile banking* sebagai sarana dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah.



Gambar 1. 2 Bank Syariah yang Banyak Digunakan di Indonesia

Sumber: *Islamic Banking* (2025)

Berdasarkan visualisasi grafik pada gambar 1.2, *Top Brand Award* 2025 merilis survei indeks tabungan syariah yang menjadi favorit masyarakat Indonesia. Hasil survei menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia menempati posisi teratas dengan perolehan *Top Brand Index* sebesar 50%, yang menandakan BSI sebagai pilihan utama masyarakat (*Islamic Banking*, 2025). BSI berada pada posisi teratas dibandingkan bank syariah lainnya, padahal secara institusional masih tergolong baru. Posisi tersebut mengindikasikan kemampuan BSI dalam menghadirkan layanan yang relevan dengan kebutuhan nasabah.

Sejak peresmiannya pada tahun 2021, kinerja Bank Syariah Indonesia (BSI) terus menunjukkan tren positif hingga tahun 2025. Pada Triwulan II 2025, Bank Syariah Indonesia (BSI) melaporkan kinerja keuangan yang solid dengan pertumbuhan laba sebesar 10,21% secara tahunan (*year on year*). Per Juni 2025, laba bersih BSI tercatat mencapai Rp3,74 triliun (*audited*), menjadikan BSI sebagai salah satu bank dengan tingkat pertumbuhan laba tertinggi di Indonesia (BSI, 2025b). Capaian tersebut didukung oleh rerata indikator kinerja keuangan yang tumbuh dua digit dan berada di atas rata-rata industri. Mengutip dari *website* resmi Bank Syariah Indonesia (bankbsi.co.id), Direktur Utama BSI, Anggoro Eko Cahyo menyampaikan bahwa kinerja positif ini merupakan hasil dari konsistensi perseroan dalam mengembangkan bisnis digitalisasi.

Melalui sisi digitalisasi, inovasi layanan menjadi salah satu faktor kunci yang mendorong pertumbuhan bisnis BSI. BSI menghadirkan aplikasi

mobile banking BYOND by BSI untuk nasabah ritel dan BEWIZE by BSI untuk nasabah institusi. Hingga pertengahan 2025, aplikasi BYOND telah digunakan oleh 4,49 juta pengguna. Layanan digital tersebut ditopang oleh infrastruktur yang turut berkembang, meliputi 5.499 ATM/CRM, 122.000 Agen BSI, 24.000 EDC, serta 533.000 *merchant* QRIS (BSI, 2025a).

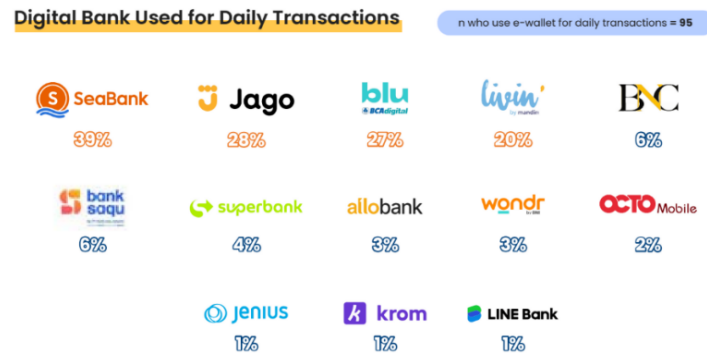
Tabel 1. 1 Perkembangan *Mobile Banking* BSI

Waktu	Juni 2023	Juni 2024	September 2025
Jumlah User	▲ 3,26 Juta	▲ 7,12 Juta	▼ 5,23 Juta
Jumlah Transaksi	▲ 170,7 Juta	▲ 247,5 Juta	▲ 349 Juta
Volume Transaksi	▲ 220,5 Triliun	▲ 299 Triliun	▲ 404 Triliun

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa perkembangan pengguna *mobile banking* BSI menunjukkan tren yang meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun berdasarkan aspek jumlah *user*, jumlah transaksi, sampai volume transaksi. Pada tahun 2025 jumlah pengguna tercatat menurun bukan tanpa alasan, BSI melakukan penyesuaian sistem, segmentasi ulang *user*, dan migrasi layanan digital BSI *mobile* menuju *platform* BYOND by BSI. Pencapaian besar yang berhasil diraih oleh BSI tidak terlepas dari peran nasabah sebagai pengguna layanan.

Intelligentia - Dignitas



Gambar 1. 3 Daftar *Mobile Banking* yang Sering Digunakan Masyarakat Indonesia

Sumber: Populix (2025)

Namun tidak dapat dipungkiri, berdasarkan hasil riset yang dirilis oleh Populix mengenai produk digitalisasi perbankan yang gemar digunakan untuk transaksi sehari-hari, Bank Syariah Indonesia (BSI) bahkan bank syariah lainnya belum menempati posisi yang dominan dibandingkan dengan bank konvensional. Data tersebut menunjukkan bahwa preferensi masyarakat masih didominasi oleh bank digital konvensional seperti SeaBank (39%), Bank Jago (28%), BLU by BCA (27%), dan Livin' by Mandiri (20%), yang secara intensif digunakan dalam transaksi harian (Populix, 2025). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ketersediaan layanan *mobile banking* syariah dan tingkat pengguna aktual yang memanfaatkannya.

Adopsi terhadap suatu teknologi didefinisikan sebagai konsep yang menggambarkan bagaimana seseorang merespon kehadiran teknologi baru, baik dengan menerima maupun menolaknya (Marwantika, 2023). Dalam sektor perbankan, penggunaan terhadap layanan digital merupakan wujud

keberhasilan bank dalam mengembangkan suatu sistem pelayanan berbasis teknologi (Gunawan *et al.*, 2022). Sebagai negara dengan jumlah penduduk yang besar dan memiliki tingkat penetrasi internet yang tinggi, Indonesia memiliki potensi strategis bagi perbankan syariah untuk memperluas jangkauan layanannya. Layanan *mobile banking* memungkinkan masyarakat mengakses produk perbankan tanpa harus datang ke kantor cabang, sehingga peluang adopsi tidak lagi terbatas pada masyarakat perkotaan, melainkan berpotensi menjangkau segmen yang lebih beragam (Anwar, 2025). Melalui digitalisasi layanan, hambatan geografis yang sebelumnya menjadi tantangan kini dapat diminimalkan. Lebih lanjut, dukungan pemerintah melalui peran Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (2020) terhadap pengembangan ekonomi syariah di Indonesia turut berperan dalam mempercepat laju adopsi layanan perbankan syariah di berbagai daerah (Hakim, 2024).

Kendati memiliki peluang yang besar, adopsi *mobile banking* syariah turut menghadapi berbagai tantangan yang tidak dapat diabaikan. Tantangan utama yang dihadapi ialah kurangnya pemahaman masyarakat mengenai sistem perbankan syariah itu sendiri (Rosyidah, 2024). Tidak sedikit masyarakat yang menganggap bank syariah pada dasarnya sama dengan bank konvensional, hanya berbeda dalam istilah pembagian keuntungan, hal ini menimbulkan stereotip masih adanya masyarakat yang memandang bank syariah sebagai lembaga yang diperuntukkan bagi kelompok agama tertentu, padahal nyatanya perbankan syariah bersifat

universal (Reswara & Nisa, 2024). Ketika masyarakat tidak memahami nilai tambah yang ditawarkan, maka dorongan untuk mengadopsi *mobile banking* syariah menjadi lemah.

Sharia financial literacy atau literasi keuangan syariah menjadi faktor penentu dalam membentuk adopsi penggunaan *mobile banking* syariah. Berdasarkan siaran pers Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025 No. SP 69/OJK/GKPB/V/2025 yang diumumkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia tahun 2025 ialah sebesar 66,46% mengalami kenaikan 1,03% dari tahun 2024 dari angka sebelumnya 65,43%. Sementara indeks literasi keuangan syariah tahun 2025 ialah sebesar 43,42% mengalami kenaikan 4,31% dari tahun 2024 dari angka sebelumnya 39,11% (OJK, 2025). Meningkatnya indeks literasi keuangan mengindikasikan adanya perbaikan pemahaman dan kesadaran masyarakat dalam mengelola keuangan (*well literate*) (OJK, 2024).

Jika ditelusuri lebih lanjut pada indeks inklusi keuangan syariah pada siaran pers Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025 No. SP 69/OJK/GKPB/V/2025 menunjukkan bahwa indeks inklusi keuangan mengalami peningkatan dan berikut merupakan tabel perbandingan indeks literasi dan inklusi keuangan 2024 dan 2025.

Tabel 1. 2 Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan 2024 - 2025

Indeks	Jenis	Hasil Survei	
		2024	2025
Literasi	Konvensional	65,08%	66,45%
	Syariah	39,11%	43,42%
Inklusi	Konvensional	73,55%	79,71%
	Syariah	12,88%	13,41%

Sumber: OJK (2025)

Meskipun mengalami peningkatan, indeks literasi keuangan syariah pada 2025 menunjukkan angka 43,42% artinya kurang dari setengah masyarakat Indonesia yang memiliki pemahaman yang memadai mengenai produk dan layanan keuangan berbasis syariah. Lebih lanjut, indeks inklusi keuangan syariah pada tahun 2025 menunjukkan angka sebesar 13,41%, jika dianalogikan hanya ada 13 dari 100 orang masyarakat Indonesia yang telah mengakses dan menggunakan produk serta layanan keuangan berbasis syariah. Adanya kesenjangan antara literasi dengan inklusi keuangan menunjukkan bahwa ketika pemahaman masyarakat rendah, masyarakat cenderung merasa ragu bahkan enggan menggunakan produk keuangan syariah karena belum memahami manfaat, mekanisme, dan keunggulannya (Muflihah *et al.*, 2025).

Mahasiswa merupakan segmen pengguna potensial dalam aspek keuangan digital karena mereka termasuk dalam kategori *digital native*, cepat beradaptasi dengan teknologi, dan memiliki mobilitas tinggi dalam aktivitas sehari-hari (Putri, 2025). Hal ini diperkuat oleh hasil survei APJII (2025) berdasarkan kelompok pendidikan, pendidikan tinggi menduduki peringkat teratas dengan tingkat penetrasi internet mencapai 91,27%.

Sebagai bagian dari institusi pendidikan tinggi, Universitas memiliki peran penting sebagai *agent of change* dalam meningkatkan literasi keuangan syariah. Mata kuliah akuntansi dan ekonomi syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis telah menjadi bagian dari kurikulum sebagai upaya menggapai literasi keuangan syariah yang kemudian dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian terdahulu menunjukkan, *sharia financial literacy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *mobile banking* syariah, temuan membuktikan bahwa tingkat *sharia financial literacy* yang baik menjadi salah satu faktor utama yang mendorong kecenderungan masyarakat untuk memanfaatkan layanan *mobile banking* syariah. Penelitian serupa oleh Cahyati *et al.*, (2025) dan Puspita *et al.*, (2025) turut menguatkan bahwa *sharia financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* syariah. Namun, terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan Ratnasari & Safitri (2024), penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa *sharia financial literacy* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* syariah. Perbedaan hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya kesenjangan penelitian, dimana *sharia financial literacy* belum menunjukkan hasil yang konsisten yakni inkonsisten mempengaruhi adopsi *mobile banking* syariah.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi adopsi *mobile banking* syariah ialah *sharia compliance practices* sebagaimana dikenal dengan

praktik kepatuhan syariah. *Sharia compliance practices* berfungsi sebagai tolak ukur yang menjamin bahwa operasional bank syariah telah beroperasi sesuai dengan prinsip syariah, sekaligus wujud tanggung jawab lembaga keuangan dalam menunjukkan kepatuhannya terhadap ketentuan syariah (Abidin & Ahmad, 2023). Kepatuhan terhadap prinsip syariah merupakan karakteristik utama yang menjadi aspek pembeda bank syariah dari bank konvensional (S. Lestari & M.E.I, 2020). Kepatuhan syariah berperan dalam membentuk kepercayaan masyarakat terhadap penggunaan layanan keuangan syariah.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *sharia compliance* berpengaruh signifikan terhadap adopsi *mobile banking* syariah, menunjukkan implikasi bagi sektor perbankan perlu menaruh perhatian besar pada penyediaan fitur yang memudahkan penerapan prinsip syariah (Rafika *et al.*, 2025). Hasil riset Thobari *et al.*, (2025) menunjukkan bahwa kendala utama dalam adopsi produk perbankan syariah ialah rendahnya pemahaman masyarakat terhadap prinsip-prinsip syariah dalam operasional perbankan, serta kurangnya kepercayaan terhadap keunggulan dan transparansi produk syariah. Penelitian serupa oleh Mulazid *et al.*, (2024) dan Supriyono *et al.*, (2024) turut menguatkan bahwa *sharia compliance* berpengaruh signifikan terhadap adopsi *mobile banking* syariah. Namun, terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan Taujiharrahman *et al.*, (2025) yang menunjukkan hasil *sharia compliance* tidak berpengaruh terhadap adopsi *mobile banking* syariah. Perbedaan hasil penelitian

terdahulu menunjukkan adanya kesenjangan penelitian, dimana *sharia compliance practices* belum menunjukkan hasil yang konsisten yakni inkonsisten mempengaruhi adopsi *mobile banking* syariah.

Faktor terakhir yang mempengaruhi seseorang memutuskan menggunakan *mobile banking* syariah yakni *attitude toward usage* sebagaimana dikenal dengan sikap penggunaan. Davis (1989, sebagaimana dikutip dalam Pratama *et al.*, 2022) mengonseptualisasikan *attitude toward usage* sebagai sikap pengguna terhadap pemanfaatan suatu sistem, yang dapat berupa respon positif berupa penerimaan atau respon negatif berupa penolakan, sebagai hasil dari interaksi individu terhadap suatu teknologi. Sikap positif berperan untuk meningkatkan kecenderungan individu dalam mengadopsi layanan secara berkelanjutan. Sementara, individu yang memandang teknologi dengan sikap skeptis cenderung kurang antusias dan enggan mencoba teknologi baru, yang pada akhirnya dapat menghambat upaya adopsi (Ngoma *et al.*, 2024).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *attitude toward usage* berpengaruh positif terhadap adopsi *mobile banking*, hal ini membuktikan bahwa ketika seseorang memiliki sikap positif terhadap penggunaan teknologi, maka individu tersebut akan lebih tergerak untuk memanfaatkan layanan *mobile banking* dalam aktivitas keuangannya (Asgar *et al.*, 2023). Penelitian serupa oleh Koenait *et al.*, (2021) dan Rachmawati & Lukman (2025) turut menguatkan bahwa *attitude toward usage* memiliki pengaruh positif terhadap adopsi *mobile banking*. Namun, terdapat perbedaan dengan

penelitian yang dilakukan oleh Wong *et al.*, (2020) yang membuktikan bahwa *attitude toward usage* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap adopsi *mobile banking*. Perbedaan hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya kesenjangan penelitian, dimana *attitude toward usage* belum menunjukkan hasil yang konsisten yakni inkonsisten mempengaruhi adopsi *mobile banking* syariah.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa adopsi *mobile banking* syariah bukanlah hasil dari salah satu faktor tunggal saja, melainkan terbentuk melalui interaksi dari berbagai faktor yang saling berkaitan. Tinjauan terhadap penelitian serupa menunjukkan bahwa meskipun banyak studi yang telah mengkaji adopsi penggunaan *mobile banking*, penelitian spesifik masih perlu dikembangkan. Pertama, dalam aspek variabel, penelitian terdahulu cenderung meneliti ketiga secara terpisah, belum ada yang mengintegrasikan variabel *sharia financial literacy* dan *sharia compliance practices* melalui *attitude toward usage* dalam satu model komprehensif untuk mengkorelasikan penggunaan *mobile banking* syariah. Kedua, adanya inkonsistensi temuan, beberapa penelitian menemukan pengaruh positif, negatif, bahkan tidak berpengaruh. Ketiga, beberapa studi dilakukan pada nasabah bank syariah, mahasiswa, pelaku UMKM maupun masyarakat umum dengan lokasi penelitian yang berbeda-beda. Perbedaan karakteristik responden tersebut berpotensi mempengaruhi hasil penelitian. Maka dari itu, peneliti melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh *Sharia Financial Literacy* dan *Sharia Compliance Practices***

terhadap Adopsi *Mobile Banking Syariah* dengan *Attitude Toward Usage* sebagai Variabel *Intervening*".

1.2 Pertanyaan Penelitian

Peneliti dapat merumuskan pertanyaan penelitian terkait *sharia financial literacy* dan *sharia compliance practices* terhadap adopsi *mobile banking syariah* dengan *attitude toward usage* sebagai variabel *intervening*, meliputi:

1. Apakah *sharia financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *mobile banking syariah*?
2. Apakah *sharia compliance practices* berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *mobile banking syariah*?
3. Apakah *sharia financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward usage*?
4. Apakah *sharia compliance practices* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward usage*?
5. Apakah *attitude toward usage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *mobile banking syariah*?
6. Apakah *sharia financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *mobile banking syariah* melalui *attitude toward usage*?
7. Apakah *sharia compliance practices* berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *mobile banking syariah* melalui *attitude toward usage*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini meliputi:

1. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan antara *sharia financial literacy* terhadap adopsi *mobile banking* syariah.
2. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan antara *sharia compliance practices* terhadap adopsi *mobile banking* syariah.
3. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan antara *sharia financial literacy* terhadap *attitude toward usage*.
4. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan antara *sharia compliance practices* terhadap *attitude toward usage*.
5. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan antara *attitude toward usage* terhadap adopsi *mobile banking* syariah.
6. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan antara *sharia financial literacy* terhadap adopsi *mobile banking* syariah melalui *attitude toward usage*.
7. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan antara *sharia compliance practices* terhadap adopsi *mobile banking* syariah melalui *attitude toward usage*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian secara teoritis dan praktis meliputi:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Peneliti berharap pembaca memiliki pemahaman yang baik mengenai bagaimana *sharia financial literacy* dan *sharia compliance practices* melalui *attitude toward usage* berperan dalam mendorong adopsi *mobile banking* syariah.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan ilmu pendidikan dengan menjadi referensi atau batu loncatan untuk penelitian selanjutnya yang mengkaji topik serupa.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Bank Syariah

Bagi bank syariah, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi dan dasar perumusan strategi dalam meningkatkan kualitas layanan keuangan sesuai dengan preferensi nasabah.

b. Bagi Mahasiswa

Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dengan menambah wawasan mengenai penggunaan *mobile banking* syariah sehingga mahasiswa dapat lebih bijak dalam memanfaatkan layanan keuangan berbasis syariah.

c. Bagi Universitas

Bagi universitas, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan serta menjadi referensi akademik

bagi penelitian selanjutnya yang relevan dengan layanan keuangan syariah.

d. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai penggunaan layanan *mobile banking* syariah sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan mendorong pemanfaatan layanan keuangan syariah dalam kehidupan sehari-hari.



Intelligentia - Dignitas