

ADOPSI BRANCHLESS SHARIA BANKING UNTUK GENERASI X DENGAN PENDEKATAN TAM (TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL)

Mutiara Septiani Tasya¹, Nurul Huda²

¹Universitas Paramadina

²Universitas Yarsi

Korespondensi penulis: mutiara.tasya@students.paramadina.ac.id

ABSTRAK

Generasi X menghadapi dilema dalam mengakses informasi Branchless Sharia Banking akibat banyaknya sumber dan perbedaan literasi digital, di mana mereka di perkotaan lebih adaptif dibandingkan yang di pedesaan dan semi-perkotaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Branchless Sharia Banking untuk Generasi X dengan Pendekatan TAM (Technology Acceptance Model). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan eksploratif untuk mengkaji fenomena. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi manfaat (PU) menjadi faktor utama dalam adopsi layanan ini, meliputi kemudahan akses, efisiensi, keamanan, kepercayaan, dan kesesuaian dengan prinsip syariah. Sementara itu, kemudahan penggunaan (PEU) juga berperan penting, terutama jika layanan mudah diakses, menghemat waktu, dan mendukung aktivitas sehari-hari, termasuk ibadah. Sikap Generasi X terhadap Branchless Sharia Banking dipengaruhi oleh manfaat, keamanan, kemudahan, dan kesesuaiannya dengan nilai syariah. Tingkat penggunaan aktual bergantung pada frekuensi penggunaan, akses teknologi, kepercayaan, dukungan syariah, dan pengaruh sosial. Dengan edukasi dan peningkatan literasi digital, adopsi layanan ini berpotensi terus meningkat.

Kata Kunci: Branchless Sharia Banking, Generasi X, Technology Acceptance Model (TAM), Persepsi Manfaat (PU), Kemudahan Penggunaan (PEU).

Article history

Received: Januari 2025

Reviewed: Januari 2025

Published: Januari 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi telah mengubah bisnis perbankan secara signifikan, mendorong peningkatan ekspektasi pelanggan, perbaikan layanan berbasis data, serta munculnya persaingan dan kolaborasi dengan perusahaan teknologi. Perbankan kini menghadapi perubahan dalam pengelolaan data, adopsi teknologi, model bisnis, dan regulasi, yang harus dikelola secara optimal untuk keberlanjutan operasional (OJK, 2021).

Dengan lebih dari 70% penduduk Indonesia berada dalam usia produktif, terutama Generasi Z, Milenial, dan X yang adaptif terhadap teknologi, perbankan memiliki peluang besar untuk bertransformasi menjadi bank digital. Berdasarkan hasil sensus penduduk Badan Pusat Statistik (2020) Generasi X (usia 40-55 tahun) mencakup 21,88% populasi Indonesia. Generasi X (lahir 1965-1980) dikenal sebagai generasi yang berada di tengah transisi teknologi, mengalami perubahan dari era analog ke digital (Hamid & Taslim, 2024).

Seiring bertambahnya usia, kesadaran akan keterbatasan hidup dan kecemasan akan kematian cenderung meningkat, mendorong Generasi X untuk lebih mendalami nilai-nilai religius (Saleem & Saleem, 2020). Penelitian telah menunjukkan adanya hubungan antara usia dan tingkat religiositas, di mana individu yang lebih tua cenderung lebih religius dibandingkan generasi yang lebih muda. Generasi X, misalnya, memiliki tingkat religiositas yang lebih rendah

dibandingkan Baby Boomers, tetapi lebih tinggi dibandingkan Generasi Y (Koscielniak et al., 2024).

Religiusitas sendiri mencerminkan sikap, pengalaman, dan perilaku keagamaan yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan (Sari, 2017). Hal tersebut termasuk dalam pengambilan keputusan dalam layanan perbankan. Nasabah perbankan syariah memilih layanan perbankan berdasarkan keyakinan agama mereka, bukan hanya semata-mata pertimbangan finansial (Fianto et al., 2020). Keyakinan religius berperan dalam membentuk preferensi seseorang, di mana individu cenderung memilih layanan atau produk yang sejalan dengan nilai-nilai spiritual mereka (Chan et al., 2020).

Dengan kondisi karir dan keuangan yang lebih mapan, generasi X menjadi lebih selektif dalam memilih sistem keuangan (Tolani et al., 2020). Sehingga bukan hanya soal transaksi semata namun juga menghindari riba dan spekulasi, serta memberikan ketenangan spiritual serta kesejahteraan psikologis sebagai bagian dari persiapan menghadapi kehidupan akhirat.

Meskipun kesadaran dan preferensi Generasi X terhadap perbankan syariah semakin meningkat seiring peningkatan religiusitas, keterbatasan jumlah kantor cabang perbankan syariah menjadi tantangan utama dalam menyediakan layanan yang optimal. Jumlah Kantor cabang bank syariah tidak sebanyak dengan kantor cabang bank konvensional (OJK, 2023). Namun juga, Generasi X mengurangi aktivitas fisik akibat faktor fisik yang mulai melemah seiring bertambahnya usia (Bengtson et al., 2015). Sehingga Branchless banking menjadi alternatif solusi untuk mengatasi keterbatasan jumlah kantor cabang bank syariah di Indonesia (Rusydiana, 2016).

Generasi X dikenal sebagai generasi yang dikenal beradaptasi cepat dengan situasi sulit, memiliki karakter yang kuat, dan setia. Namun, Generasi X dalam mengadopsi aplikasi digital tidak secepat generasi muda dibawahnya (Iswani, 2023), sehingga penerimaan terhadap layanan digital seperti Branchless Sharia Banking perlu dianalisis lebih lanjut. Pelanggan Generasi X sering menganggap perbankan digital sebagai sesuatu yang kompleks dan membingungkan (Shams et al., 2020). Mereka mengharapkan fitur yang lebih ramah pengguna untuk mempermudah navigasi dan penggunaan layanan tersebut.

Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi adopsi Branchless Sharia Banking oleh Generasi X, dengan fokus pada persepsi manfaat (Perceived Usefulness) dan kemudahan penggunaan (Perceived Ease of Use). Persepsi terhadap aksesibilitas, kepercayaan pada sistem syariah, serta manfaat dalam efisiensi dan kepatuhan Islam menjadi faktor utama dalam adopsi layanan ini. Penelitian ini bertujuan memberikan wawasan bagi perbankan syariah dalam merancang strategi yang mendorong adopsi layanan digital oleh Generasi X, guna mempercepat inklusi keuangan berbasis syariah di Indonesia.

TINJAUAN TEORITIS

Technology Acceptance Model (TAM)

Model Technology Acceptance Model (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989) banyak digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi oleh pengguna. Model ini berlandaskan Theory of Reasoned Action (TRA), yang menyatakan bahwa keyakinan membentuk sikap, mempengaruhi niat, dan akhirnya menentukan perilaku (Ma & Liu, 2005). Dua faktor utama yang menyebabkan penolakan terhadap sistem baru, yaitu perceived usefulness (manfaat yang dirasakan) dan perceived ease of use (kemudahan penggunaan). Kedua faktor ini membentuk sikap pengguna terhadap teknologi, yang kemudian mempengaruhi perilaku aktual dalam menggunakannya (Schorr, 2023). Keempat variabel tersebut menjadi dasar dalam memahami motivasi pengguna dalam mengadopsi teknologi.

Generasi X ditengah Digitalisasi Perbankan Syariah

Kerangka teoritis yang mengkaji perbedaan antar generasi mulai dikembangkan pada tahun 1950-an, berdasarkan pemahaman bahwa individu dibentuk oleh lingkungan tempat mereka tumbuh dan merupakan bagian dari generasi tertentu. Dengan mempertimbangkan posisi sosial suatu generasi pada masanya, berbagai aspek seperti pola hidup, emosi, dan sikap turut memengaruhi karakteristik mereka (Latkovikj et al., 2016). Konsep "kohort" mengacu pada sekelompok individu dalam rentang usia tertentu yang diasumsikan memiliki pengalaman serupa dalam suatu periode atau kerangka waktu tertentu. Mereka memasuki suatu sistem dalam waktu yang sama dan dianggap memiliki kesamaan dalam pengalaman hidup (Glenn, 2005). Teori kelompok generasi memiliki dampak yang mendalam pada kemajuan dan integrasi teknologi baru dengan menjelaskan dinamika bagaimana kelompok demografi usia yang berbeda terlibat dengan dan menerima kemajuan teknologi (Çera et al., 2022). Generasi Z, yang tumbuh di era yang lebih canggih secara teknologi, menunjukkan kecakapan teknologi yang lebih unggul dibandingkan dengan X dan Y, yang sedang dalam proses menyesuaikan diri dengan era teknologi baru (Choudhary et al., 2024).

Generasi X merupakan generasi peralihan yang mengalami perubahan dari era tradisional ke modern. Kelompok usia 46-55 tahun, yang termasuk Early Generation X atau sering dikaitkan dengan Late Baby Boomers, tumbuh di tengah perubahan sosial-ekonomi yang besar, sehingga memiliki nilai-nilai yang cenderung lebih konservatif dibandingkan generasi yang lebih muda (Hadi & Nuraini, 2024). Perbedaan karakteristik ini berpengaruh terhadap cara mereka memandang berbagai aspek dalam ekonomi Islam sehingga Generasi X mereka kurang mendapat perhatian dari pemasar yang lebih agresif menargetkan generasi muda, terutama dalam produk atau layanan digital (Santosa et al., 2021). Generasi X lebih lambat dalam beradaptasi dengan produk baru, sehingga perlu strategi pemasaran khusus untuk tipikal nasabah generasi X (Adiba, 2019). Dengan memahami faktor-faktor penyebab kesenjangan ini, kita dapat menentukan langkahlangkah yang diperlukan untuk mengatasi kesenjangan digital, sehingga semua anggota masyarakat dapat mengakses dan berpartisipasi secara setara dalam dunia digital (Anugrah et al., 2023).

Branchless Sharia Banking

Branchless Sharia Banking adalah layanan perbankan syariah tanpa kantor cabang yang memanfaatkan teknologi digital seperti internet banking dan mobile banking (Rachmawati et al., 2020). Implementasi layanan ini bergantung pada tingkat literasi digital dan kepercayaan masyarakat terhadap keamanan serta kepatuhan syariahnya (Yudiana, 2018). Selama Branchless Banking tetap bebas dari riba dan menerapkan prinsip keadilan dalam setiap transaksi, layanan ini tidak hanya layak diterima, tetapi juga berpotensi menjadi solusi dalam mendorong inklusi keuangan yang sejalan dengan nilai-nilai Islam (Asas, 2024).

Mckay & Pickens (2010) mengevaluasi penyedia layanan branchless banking di sepuluh negara berdasarkan aspek akses, biaya, dan produk keuangan. Mereka menyimpulkan bahwa layanan ini dapat dengan cepat menjangkau pelanggan kurang mampu, memiliki biaya lebih rendah dibandingkan Kantor Cabang konvensional, dan di masa depan, pelanggan akan membutuhkan layanan keuangan yang lebih luas selain pembayaran. Program branchless banking di Indonesia pertama kali diperkenalkan pada tahun 2009 melalui sistem agen layanan keuangan digital yang dikembangkan oleh Bank Indonesia (BI). Kemudian, pada November 2014, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menetapkan regulasi terkait layanan keuangan tanpa kantor sebagai bagian dari upaya inklusi keuangan melalui program Laku Pandai (Nuryakin et al., 2017). Berdasarkan laporan FSA Indonesia (2020), Pertumbuhan branchless banking di Indonesia selama 5 tahun terakhir menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada jumlah bank pelaksana, agen branchless banking, dan total nasabah. Dalam penerapan branchless banking, terdapat tiga model utama:

1) Bank Based Model

Bank menjadi penyedia layanan utama dengan produk keuangan yang didistribusikan melalui agen ritel dan mobile banking. Agen ritel terbagi menjadi Super Agent dengan jaringan luas dan Sub Agent yang melayani transaksi langsung dengan pelanggan.

2) Nonbank-based Model

Layanan perbankan disediakan oleh perusahaan telekomunikasi tanpa keterlibatan langsung dari bank. Di Indonesia, model ini diterapkan dalam bentuk mobile banking untuk mendukung transaksi pelanggan yang sudah memiliki rekening.

3) Hybrid Model

Merupakan kolaborasi antara bank dan lembaga non-bank dalam menyediakan layanan perbankan digital. Operator telekomunikasi menangani layanan seperti mobile wallet dan pengiriman uang, sementara bank bertanggung jawab atas pengelolaan rekening, transfer, dan layanan perbankan lainnya.

Penelitian serupa telah dilakukan sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Santosa et al (2021) yang meneliti teori penerimaan dan adopsi teknologi, khususnya model UTAUT, serta proses keberlanjutan niat yang dipengaruhi oleh kepuasan pengguna dan inersia pada generasi Baby Boomer dan X. Pada penemuannya menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna akan terus menggunakan pembayaran digital karena mereka sudah terbiasa dan merasa puas. Untuk memahami keunggulan bank dalam transformasi digital, 634 pengguna e-banking dari generasi X, Y, dan Z diwawancarai. Penelitian (Filipe Rodrigues et al. 2023) mengidentifikasi delapan tema utama, termasuk transfer, aksesibilitas, kecepatan, dan harga. Pengguna bank digital pada Generasi X mengutamakan kemudahan layanan, pengelolaan rekening, serta informasi produk. Penelitian lain Jovie & Prijanto (2025) menyatakan Baby Boomers lambat mengadopsi perbankan digital karena kekhawatiran keamanan dan kurangnya kepercayaan pada teknologi. Sebaliknya, Generasi X, Y, dan Z lebih menerima karena terbiasa dengan teknologi dan menyukai solusi digital. Studi ini menekankan perlunya pendekatan sesuai generasi. Hasil penelitian Chawla & Joshi (2020) menunjukkan bahwa gender dan usia memoderasi hubungan antara beberapa faktor pendahulu dengan sikap dan niat, dengan pengaruh yang lebih besar pada laki-laki dan pengguna yang lebih muda. Kemudahan penggunaan, kegunaan, kepercayaan, keamanan, kondisi pendukung, dan Lifesyle Compatibility (LC) secara signifikan memengaruhi sikap serta niat pengguna.

Studi Sarifah (2024) menganalisis faktor penggunaannya dengan TAM yang dimodifikasi melalui kuesioner online. Hasilnya *perceived ease of use*, *self-efficacy*, dan *consumer innovativeness* berpengaruh signifikan penggunaan bank digital Syariah, sementara *perceived usefulness* dan *subjective norms* tidak. Penelitian Assefa (2020) memperluas TAM dengan menambahkan faktor sosiokultural, *facilitating conditions* (FC), dan kepercayaan. FC, seperti keberadaan agen lokal dan jaminan pemerintah, meningkatkan kepercayaan dan mendorong adopsi Branchless Banking System. Faktor sosiokultural lebih berpengaruh pada *Perceived Usefulness* (PU) dibandingkan *perceived ease of use* (PEU). Oleh karena itu, sistem branchless banking harus selaras dengan nilai sosiokultural, terutama aspek keagamaan, agar dapat diterima.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mengkaji fenomena yang terjadi secara langsung dan dialami oleh subjek penelitian serta menggambarkannya secara sistematis, faktual, dan akurat terhadap objek yang diteliti (Sugiyono, 2019). Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan eksploratif karena fokusnya pada pencarian ide dan hubungan baru, penelitian ini tidak memiliki perencanaan formal dan bergantung pada kreativitas peneliti.

Tujuannya adalah menghasilkan generalisasi melalui proses induktif terkait kelompok, proses, aktivitas, atau situasi yang diteliti (Given, 2008).

Analisis dilakukan secara konseptual dengan mengandalkan berbagai sumber literatur yang diperoleh melalui teknik berrypicking, yang memungkinkan pengumpulan informasi secara bertahap (Bates, 1989). Teknik conceptual analysis digunakan untuk mengklasifikasikan konsep sebagai entitas, kejadian, atau hubungan guna memahami dan mengidentifikasi suatu fenomena (Furner, 2004). Penggunaan metode ini tepat karena penelitian ini mencoba untuk membangun konseptualisasi dari tantangan informasi yang dihadapi Generasi X dan strategi untuk meningkatkan adopsi layanan digital bank syariah.

HASIL PENELITIAN

Dilema Pengalaman Informasi yang diterima oleh Generasi X

Individu mencari dan memproses informasi secara berulang hingga mencapai keseimbangan pengetahuan (Kamil & Laksmi, 2023). Generasi X memperoleh informasi melalui indera mereka, seperti melihat atau menyentuh, yang kemudian diproses secara kognitif dan afektif. Dalam praktik informasi, proses pemaknaan diperlukan untuk menjembatani kesenjangan antara kebutuhan informasi dan pengetahuan yang dimiliki (Dervin, 1998). Generasi X menghadapi tantangan dalam memahami informasi tentang Branchless Sharia Banking akibat banyaknya sumber, seperti media digital, promosi bank, dan pengalaman pengguna lain.

Generasi X di pedesaan dan semi-perkotaan mengalami kesenjangan informasi akibat rendahnya literasi digital. Mereka kesulitan memahami dan menggunakan teknologi, berbeda dengan Generasi X di perkotaan yang lebih melek digital dan aktif memanfaatkan media sosial untuk memperoleh pengetahuan (Kumar et al., 2022). Generasi X menggabungkan penggunaan media tradisional dan digital, menjembatani transisi dari era analog ke digital. Penelitian oleh Perrin (2019) mengungkapkan bahwa 85% Generasi X menggunakan internet, dengan Facebook sebagai platform media sosial paling populer. Mereka tetap mengandalkan televisi dan radio, mencerminkan pola konsumsi media yang hybrid (Akello, 2024).

Perceived Usefulness (PU) terhadap adopsi Branchless Sharia Banking untuk Generasi X

Perceived Usefulness (PU) atau persepsi kemanfaatan berperan penting dalam mendorong Generasi X untuk mengadopsi layanan Branchless Sharia Banking. Generasi ini, yang berada dalam transisi dari era analog ke digital, mempertimbangkan manfaat nyata dari layanan sebelum beralih ke teknologi perbankan berbasis digital. Beberapa faktor utama yang memengaruhi PU dalam adopsi Branchless Sharia Banking bagi Generasi X meliputi:

1) Kemudahan Akses dan Efisiensi

Bagi Generasi X yang terbiasa dengan kantor cabang konvensional, manfaat Branchless Banking bergantung pada kemudahan penggunaan dan fitur yang memenuhi kebutuhan mereka, seperti transaksi cepat dan pengelolaan keuangan sederhana. Jika Branchless Banking menawarkan kemudahan dan akses luas, adopsinya akan meningkat (Ayuningtyas & Hidayatullah, 2022).

2) Keamanan dan Kepercayaan

Generasi X cenderung lebih berhati-hati dalam menggunakan layanan digital (Ivan et al., 2020). Jaminan keamanan transaksi dan informasi pribadi menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan mereka terhadap Branchless Banking (Kantika et al., 2022). Studi (Chaudhry et al., 2016) membuktikan bahwa kualitas layanan, kualitas sistem, reputasi, dan persepsi kredibilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepercayaan pengguna dalam menggunakan Branchless Banking.

3) Dukungan terhadap Prinsip Syariah

Generasi X menggunakan branchless banking pada perbankan syariah, merupakan dukungan pada inklusi keuangan syariah di Indonesia. Al-Qur'an tidak secara langsung menyebutkan Branchless Banking, namun prinsip keuangan Islam yang menekankan keadilan dan transparansi dapat diterapkan dalam layanan ini. QS. An-Nisa: 29 menegaskan pentingnya transaksi yang adil dan berdasarkan kesepakatan, sejalan dengan prinsip Branchless Banking (Asas, 2024).

Perceived Ease of Use (PEU) terhadap adopsi Branchless Sharia Banking untuk Generasi X

Perceived ease of use didefinisikan sebagai keyakinan bahwa suatu teknologi dapat digunakan tanpa kesulitan. Jika seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka kemungkinan besar ia akan menggunakannya. Kelima poin dapat dikaitkan dengan Perceived Usefulness (PU) terhadap adopsi Branchless Sharia Banking untuk Generasi X (Leon, 2018; Nurahmasari et al., 2023; Pratiwi & Dahruji, 2024), yaitu:

1) Berguna dalam Kehidupan Sehari-hari

Branchless Banking membantu dalam berbagai transaksi finansial seperti pembayaran tagihan, transfer dana, dan pengelolaan rekening tanpa perlu ke bank.

2) Membuat Gaya Hidup Lebih Mudah

Layanan digital memberikan kenyamanan dalam mengakses perbankan kapan saja dan di mana saja.

3) Menghemat Waktu

Transaksi dapat dilakukan dengan cepat tanpa harus antre di kantor cabang.

4) Mudah Diakses

Dapat digunakan melalui berbagai perangkat digital dengan jaringan internet yang luas.

5) Kemudahan Beribadah

Fitur seperti pengingat shalat, arah kiblat, jadwal shalat, infaq, dan sedekah berkaitan dengan Perceived Usefulness (PEU) karena fitur-fitur ini memberikan manfaat langsung kepada pengguna dalam menjalankan aktivitas sehari-hari sesuai dengan prinsip syariah.

Sikap terhadap Penggunaan (Attitude Toward Using) Branchless Sharia Banking pada Generasi X

Sikap terhadap penggunaan (Attitude Toward Using) merupakan faktor penting dalam menentukan adopsi Branchless Sharia Banking oleh Generasi X. Sikap ini mencerminkan sejauh mana mereka memiliki persepsi positif atau negatif terhadap penggunaan layanan perbankan tanpa kantor cabang berbasis syariah. Beberapa faktor yang memengaruhi sikap mereka meliputi:

1) Manfaat dan Efisiensi Meningkatkan Sikap Positif

Generasi X cenderung mengadopsi teknologi jika mereka melihat manfaat langsung, seperti kemudahan transaksi dan pengelolaan keuangan. Kecepatan transaksi dan fleksibilitas dalam mengakses layanan tanpa harus ke kantor cabang meningkatkan kenyamanan mereka.

2) Keamanan dan Kepercayaan Mempengaruhi Keputusan Penggunaan

Kekhawatiran akan keamanan data dan privasi masih menjadi tantangan. Jika Branchless Sharia Banking mampu menjamin keamanan transaksi, maka kepercayaan Generasi X akan meningkat dan mendorong sikap positif terhadap penggunaannya.

3) Kemudahan Penggunaan Membentuk Sikap Positif

Layanan yang sederhana dan mudah dipahami mendorong Generasi X untuk lebih nyaman menggunakan Branchless Sharia Banking. Tersedianya fitur berbasis syariah

seperti pengingat shalat, arah kiblat, serta infaq dan sedekah meningkatkan nilai tambah yang membuat mereka lebih menerima layanan ini.

4) Kesesuaian dengan Prinsip Syariah Meningkatkan Penerimaan

Generasi X yang memiliki preferensi terhadap perbankan syariah akan lebih cenderung mengadopsi BSB jika layanan ini transparan, adil, dan sesuai dengan prinsip Islam.

Tingkat Penggunaan Aktual (Actual System Use) dalam Branchless Sharia Banking Generasi X

Tingkat penggunaan aktual (Actual System Use) mengacu pada sejauh mana Generasi X benar-benar menggunakan layanan Branchless Sharia Banking dalam aktivitas perbankan mereka sehari-hari. Meskipun faktor seperti perceived usefulness (PU) dan perceived ease of use (PEU) memengaruhi niat adopsi, penerapan nyata tergantung pada beberapa aspek berikut:

1) Frekuensi Penggunaan

Generasi X cenderung menggunakan Branchless Sharia Banking untuk kebutuhan transaksi rutin, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan pembelian pulsa. Penggunaan ini meningkat seiring dengan pemahaman dan kenyamanan mereka dalam menggunakan sistem digital.

2) Keterbatasan Akses Teknologi

Tidak semua individu dalam Generasi X memiliki tingkat literasi digital yang tinggi. Hambatan seperti kesulitan dalam navigasi aplikasi atau kepercayaan terhadap layanan digital dapat mempengaruhi tingkat penggunaan mereka. Oleh karena itu, edukasi dan dukungan teknis menjadi faktor penting (Afrina et al., 2024).

3) Kepercayaan terhadap Keamanan dan Privasi

Generasi X lebih berhati-hati terhadap risiko keamanan data dan transaksi digital. Jika sistem Branchless Sharia Banking mampu memberikan jaminan keamanan dan transparansi sesuai prinsip syariah, maka tingkat penggunaannya akan meningkat (Rizkyla et al., 2024).

4) Dukungan terhadap Nilai Syariah

Fitur syariah seperti pembayaran zakat, infaq, sedekah, pengingat waktu shalat, serta akad transaksi yang sesuai dengan prinsip Islam menjadi daya tarik utama bagi Generasi X yang ingin mengadopsi layanan ini secara lebih luas.

5) Pengaruh Sosial dan Kebiasaan

Generasi X sering mengadopsi teknologi berdasarkan rekomendasi keluarga, teman, atau lingkungan kerja. Jika mereka melihat manfaat langsung dan mendapatkan dorongan dari lingkungan sekitar, mereka lebih cenderung menggunakan Branchless Sharia Banking secara konsisten.

SIMPULAN & SARAN

Generasi X menghadapi dilema dalam mengakses informasi Branchless Sharia Banking akibat banyaknya sumber dan perbedaan literasi digital, di mana mereka di perkotaan lebih adaptif dibandingkan yang di pedesaan dan semi-perkotaan. Persepsi manfaat (PU) menjadi faktor utama dalam adopsi layanan ini, meliputi kemudahan akses, efisiensi, keamanan, kepercayaan, dan kesesuaian dengan prinsip syariah. Sementara itu, kemudahan penggunaan (PEU) juga berperan penting, terutama jika layanan mudah diakses, menghemat waktu, dan mendukung aktivitas sehari-hari, termasuk ibadah. Sikap Generasi X terhadap Branchless Sharia Banking dipengaruhi oleh manfaat, keamanan, kemudahan, dan kesesuaiannya dengan nilai syariah. Tingkat penggunaan aktual bergantung pada frekuensi penggunaan, akses teknologi, kepercayaan, dukungan syariah, dan pengaruh sosial. Dengan edukasi dan peningkatan literasi digital, adopsi layanan ini berpotensi terus meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiba, E. M. (2019). Consumer Purchasing Behavior Of Halal Cosmetics: A Study On Generations X And Y. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(1), 169-192. <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i1.1052>
- Afrina, C., Zulaikha, S. R., & Jumila. (2024). Low digital literacy in Indonesia: Online media content analysis. *Record and Library Journal*, 10(2). <https://doi.org/10.20473/rlj.V10-I2.2024.374-387>
- Akello, T. (2024). Digital Literacy and Media Consumption among Different Age Groups. *Journal of Communication (JCOMM)*, 5(2), 14-27. www.carijournals.org
- Anugrah, G. T. P., Sjaf, S., & Hermansah, T. (2023). Analisis Kesenjangan Digital Tingkat Pertama dan Daya Beli Konsumsi Kelas Sosial di Desa Semplak Barat Kabupaten Bogor. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 4(6).
- Asas, F. (2024). The Islamic Economic Perspective On Branchless Banking. In Asas & Muhyidin | Islamic Economic Views on Branchless Banking_ © Journal of Business Improvement (Vol. 1, Issue 3). <https://journal.iaialfatimah.ac.id/index.php/jobihhttps://journal.iaialfatimah.ac.id/index.php/jobih>
- Assefa, M. (2020). The Adoption of Branchless Banking System as Part of Inclusive Financial Service: Extension of Technology Acceptance Model. Jigjiga University.
- Ayuningtyas, F. K., & Hidayatullah, M. I. (2022). Persepsi Masyarakat Terhadap Digital Payment di Masa Covid-19: Unified Theory of Acceptance Use of Technology (UTAUT). *BULETIN RISET KEBIJAKAN PERBANKAN*, 3(2), 126-127.
- Bates, M. J. (1989). The design of browsing and berrypicking techniques for the online search interface. *Online Review*, 13.
- Bengtson, V. L., Silverstein, M., Putney, N. M., & Harris, S. C. (2015). Does Religiousness Increase with Age? Age Changes and Generational Differences Over 35 Years.
- Çera, G., Khan, K. A., Lashi, F., & Maloku, S. (2022). The role of generational cohorts in mobile banking adoption: evidence from South-Eastern Europe. *International Journal of Services, Technology and Management*, 28(1-2), 24-45. <https://doi.org/10.1504/IJSTM.2022.123503>
- Chan, S. W. Y., Lau, W. W. F., Hui, C. H., Lau, E. Y. Y., & Cheung, S. fai. (2020). Causal Relationship Between Religiosity and Value Priorities: Cross-Sectional and Longitudinal Investigations. *Psychology of Religion and Spirituality*, 12(1), 77-87. <https://doi.org/10.1037/rel0000175>
- Chaudhry, A. A., A, P., & Y, J. (2016). Determinants of Users Trust for Branchless Banking in Pakistan. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 21(1). <http://www.icommercecentral.com>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2020). The moderating role of gender and age in the adoption of mobile wallet. *Foresight*, 22(4), 483-504. <https://doi.org/10.1108/FS-11-2019-0094>
- Choudhary, R., Shaik, Y. A., Yadav, P., & Rashid, A. (2024). Generational differences in technology behavior: A systematic literature review. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(9), 6755. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i9.6755>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319-339. <https://doi.org/10.2307/249008>

- Dervin, B. (1998). Sense-making theory and practice: an overview of user interests in knowledge seeking and use. *Journal of Knowledge Management*, 2(2), 36-46. <https://doi.org/10.1108/13673279810249369>
- Adiba, E. M. (2019). Consumer Purchasing Behavior Of Halal Cosmetics: A Study On Generations X And Y. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(1), 169-192. <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i1.1052>
- Afrina, C., Zulaikha, S. R., & Jumila. (2024). Low digital literacy in Indonesia: Online media content analysis. *Record and Library Journal*, 10(2). <https://doi.org/10.20473/rlj.V10-I2.2024.374-387>
- Akello, T. (2024). Digital Literacy and Media Consumption among Different Age Groups. *Journal of Communication (JCOMM)*, 5(2), 14-27. www.carijournals.org
- Anugrah, G. T. P., Sjaf, S., & Hermansah, T. (2023). Analisis Kesenjangan Digital Tingkat Pertama dan Daya Beli Konsumsi Kelas Sosial di Desa Semplak Barat Kabupaten Bogor. *Journal of Industrial Enginerring & Management Research*, 4(6).
- Asas, F. (2024). The Islamic Economic Perspective On Branchless Banking. In *Asas & Muhyidin | Islamic Economic Views on Branchless Banking_ © Journal of Business Improvement* (Vol. 1, Issue 3). <https://journal.iai-alfatimah.ac.id/index.php/jobihhttps://journal.iai-alfatimah.ac.id/index.php/jobih>
- Assefa, M. (2020). *The Adoption of Branchless Banking System as Part of Inclusive Financial Service: Extension of Technology Acceptance Model*. Jigjiga University.
- Ayuningtyas, F. K., & Hidayatullah, M. I. (2022). Persepsi Masyarakat Terhadap Digital Payment di Masa Covid-19: Unified Theory of Acceptance Use of Technology (UTAUT). *BULETIN RISET KEBIJAKAN PERBANKAN*, 3(2), 126-127.
- Bates, M. J. (1989). The design of browsing and berrypicking techniques for the online search interface. *Online Review*, 13.
- Bengtson, V. L., Silverstein, M., Putney, N. M., & Harris, S. C. (2015). *Does Religiousness Increase with Age? Age Changes and Generational Differences Over 35 Years*.
- Çera, G., Khan, K. A., Lashi, F., & Maloku, S. (2022). The role of generational cohorts in mobile banking adoption: evidence from South-Eastern Europe. *International Journal of Services, Technology and Management*, 28(1-2), 24-45. <https://doi.org/10.1504/IJSTM.2022.123503>
- Chan, S. W. Y., Lau, W. W. F., Hui, C. H., Lau, E. Y. Y., & Cheung, S. fai. (2020). Causal Relationship Between Religiosity and Value Priorities: Cross-Sectional and Longitudinal Investigations. *Psychology of Religion and Spirituality*, 12(1), 77-87. <https://doi.org/10.1037/rel0000175>
- Chaudhry, A. A., A, P., & Y, J. (2016). Determinants of Users Trust for Branchless Banking in Pakistan. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 21(1). <http://www.icommercecentral.com>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2020). The moderating role of gender and age in the adoption of mobile wallet. *Foresight*, 22(4), 483-504. <https://doi.org/10.1108/FS-11-2019-0094>
- Choudhary, R., Shaik, Y. A., Yadav, P., & Rashid, A. (2024). Generational differences in technology behavior: A systematic literature review. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(9), 6755. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i9.6755>

- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319-339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dervin, B. (1998). Sense-making theory and practice: an overview of user interests in knowledge seeking and use. *Journal of Knowledge Management*, 2(2), 36-46. <https://doi.org/10.1108/13673279810249369>
- Fianto, B. A., Gan, C., Widiastuti, T., & Sukmana, R. (2020). Customer loyalty to Islamic banks: Evidence from Indonesia. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1859849>
- Filipe Rodrigues, L., Oliveira, A., & Rodrigues, H. (2023). E-banking usage by Gen X, Y, and Z generations. *Application of Emerging Technologies*, 115. <https://doi.org/10.54941/ahfe1004320>
- Furner, J. (2004). Conceptual analysis: A method for understanding information as evidence, and evidence as information. *Archival Science*, 4(3-4), 233-265. <https://doi.org/10.1007/s10502-005-2594-8>
- Glenn, N. (2005). *Cohort Analysis*. SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412983662>
- Hadi, K., & Nuraini, N. (2024). Cross-Generational Perception Analysis of the Role of Sharia Economics in Reducing Social Inequality in Jakarta (Case Study of Gen Z, Gen Y, Gen X, and Early Gen X). *Jurnal of Middle East and Islamic Studies*, 11(3). <https://doi.org/10.7454/meis.v11i3.188>
- Hamid, A., & Taslim, V. H. (2024). Perbedaan Tingkat Stres Pada Generasi X dan Generasi Z Kota Ternate. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 1.
- Iswani, S. (2023). Literature Review Of M-Banking Experience In Generation X, Y, And Z: Study Of Antecedents And Outcomes. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(3), 307-323. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i3.360>
- Ivan, L., Loos, E., & Bird, I. (2020). The impact of 'technology generations' on older adults' media use: Review of previous empirical research and a seven-country comparison. *Gerontechnology*, 19(4), 1-19. <https://doi.org/10.4017/gt.2020.19.04.387>
- Jovie, I., & Prijanto, B. (2025). Analysis of Acceptance Differences Between Baby Boomers and Other Generations Toward Digital Banking Services in Indonesia. *Journal of Economics, Finance, and Management Studies*, 8. <https://doi.org/10.47191/jefms/v8>
- Kamil, R., & Laksmi, L. (2023). Dilema Pengalaman Informasi: Analisis Konseptual. *Jurnal Ilmu Informasi, Perpustakaan, Dan Kearsipan*, 25(1). <https://doi.org/10.7454/jipk.v25i1.005>
- Kantika, K., Kurniasari, F., & Mulyono, M. (2022). The Factors Affecting Digital Bank Services Adoption Using Trust as Mediating Variable. *Journal of Business and Management Review*, 3(10), 690-704. <https://doi.org/10.47153/jbmr310.4882022>
- Koscielniak, M., Bojanowska, A., & Gasiorska, A. (2024). Religiosity Decline in Europe: Age, Generation, and the Mediating Role of Shifting Human Values. *Journal of Religion and Health*, 63(2), 1091-1116. <https://doi.org/10.1007/s10943-022-01670-x>
- Kumar, L., Aradhya S, G. B., Saha, A., & Narayanan, V. (2022). Digital Literacy: An Investigation into the Perceived Challenges and Opportunities of Women GenX & Baby Boomers. *4th International Conference Impact of Current Events on Future of Business*. <https://www.researchgate.net/publication/372689693>

- Latkovikj, M. T., Popovska, M. B., & Popovski, V. (2016). Work Values and Preferences of the New Workforce: HRM Implications for Macedonian Millennial Generation. *Journal of Advanced Management Science*, 312-319. <https://doi.org/10.12720/joams.4.4.312-319>
- Leon, S. (2018). Service mobile apps: a millennial generation perspective. *Industrial Management & Data Systems*, 118(9). <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IMDS-10-2017-0479>
- Ma, Q., & Liu, L. (2005). The technology acceptance model: A meta-analysis of empirical findings. In *Advanced Topics in End User Computing* (Vol. 4, pp. 112-127). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-59140-474-3.ch006>
- Mckay, C. V., & Pickens, M. (2010). *Branchless Banking 2010 : whos served? at what price? whats next?* <http://documents.worldbank.org/curated/en/641141468159325589>
- Nurahmasari, M., Silfiah, S. N., & Pangaribuan, C. H. (2023). The Intention to Use Digital Banking Services among Gen Z in Indonesia Based on the Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 5(1), 15-31. <https://journal.paramadina.ac.id/>
- Nuryakin, C., Sastiono, P., Alifia Maizar, F., Amin, P., Yunita, L., Puspita, N., Afrizal, M., & Tjen, C. (2017). Financial Inclusion through Digital Financial Services and Branchless Banking: Inclusiveness, Challenges and Opportunities. In *Jl. Salemba Raya* (Issue 4).
- Pratiwi, D. D., & Dahruji. (2024). Implementasi Layanan Muamalat Din (Digital Islamic Network) Dalam Meningkatkan Efisiensi Dan Kemudahan Bertransaksi Bank Muamalat. *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 10(1).
- Rachmawati, R., Farda, N. M., & Setiyono, B. (2020). Model of Agents-Based Branchless Banking Services Development in Urban and Rural Area. *Indonesian Journal of Geography*, 52(1). <https://doi.org/10.22146/ijg>
- Rizkyla, Z., Meuthia, R. F., & Rosita, I. (2024). The Influence of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Trust as Intervening Variables on Interest in Using Digital Banks among Millennial Generation (Gen Y) & Generation Z (Gen Z). In *Jurnal Riset Akuntansi Politala* (Vol. 7, Issue 1). <http://jra.politala.ac.id/index.php/JRA/index>
- Rusydiana, A. S. (2016). Analisis Problem Pengembangan Perbankan Syariah Di Indonesia: Aplikasi Metode Analytic Network Process. *ESENSI : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(2). <https://doi.org/10.15408/ess.v6i2.3573>
- Saleem, T., & Saleem, S. (2020). Religiosity and Death Anxiety: A Study of Muslim Dars Attendees. *Journal of Religion and Health*, 59(1), 309-317. <https://doi.org/10.1007/s10943-019-00783-0>
- Santosa, A. D., Taufik, N., Prabowo, F. H. E., & Rahmawati, M. (2021). Continuance intention of baby boomer and X generation as new users of digital payment during COVID-19 pandemic using UTAUT2. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(4), 259-273. <https://doi.org/10.1057/s41264-021-00104-1>
- SARI, M. (2017). The Impacts Of The Age Factor On Religiosity. *Firat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 27(2), 257-264. <https://doi.org/10.18069/firatsbed.346704>
- Sarifah, S. (2024). Factors Influencing Sharia Digital Banking Utilization by Millennial Generation in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 982. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.11739>

- Schorr, A. (2023). The Technology Acceptance Model (TAM) and its Importance for Digitalization Research: A Review. In *International Symposium on Teknikpsychologie (TecPsy) 2023* (pp. 55-65). Sciendo. <https://doi.org/10.2478/9788366675896-005>
- Shams, G., Rehman, M. A., Samad, S., & Oikarinen, E. L. (2020). Exploring customer's mobile banking experiences and expectations among generations X, Y and Z. *Journal of Financial Services Marketing*, 25(1-2), 1-13. <https://doi.org/10.1057/s41264-020-00071-z>
- Tolani, K., Sao, R., Bhadade, P., & Chandak, S. (2020). Money And Generations Financial Choices Made By Gen X and Gen Y. *International Journal of Management (IJM)*, 11(4), 657-672.
<http://www.iaeme.com/IJM/index.asp>657<http://www.iaeme.com/ijm/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=4>JournalImpactFactor
- Yudiana, F. E. (2018). Modifikasi Branchless Banking Pada Perbankan Syariah di Indonesia Berdasarkan Kearifan Lokal. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 14. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v9i1.14-28>

Books

- Given, L. M. (2008). *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods* (Vols. 1 & 2). Sage.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.

Internet

- Badan Pusat Statistik. (2020). *Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, INDONESIA, 2020*. BPS. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/0/0>
- OJK. (2021). *Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Cetak-Biru-Transformasi-Digital-Perbankan.aspx>
- OJK. (2023). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia*. www.ojk.go.id
- Perrin, A. (2019). Digital Gap Between Rural and Nonrural America Persists. *Pew Research Center*. <https://www.urbanismnext.org/resources/digital-gap-between-rural-and-nonrural-america-persists>