

# JAMA | JURNAL MANAJEMEN EKONOMI DAN BISNIS

## Forum Operator Perguruan Tinggi Islam (FORPTI)

Volume 2 Nomor 2, Mei 2025

DOI:

## Analisis Minat Karyawan PT. Daesang International Menggunakan Layanan *M-Banking* Syariah

Natasya Wulan Sari<sup>1</sup>, Jalaludin<sup>2</sup>, Dea Arsyad<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIES) Indonesia Purwakarta

Jln. Veteran No. 150-152 Ciseureuh Purwakarta Jawa Barat, 41118, Indonesia

[120462010@sties-purwakarta.ac.id](mailto:120462010@sties-purwakarta.ac.id)

[Jalaludin@sties-purwakarta.ac.id](mailto:Jalaludin@sties-purwakarta.ac.id)

[dea.arsyad@sties-purwakarta.ac.id](mailto:dea.arsyad@sties-purwakarta.ac.id)

### ABSTRAK

Berdasarkan observasi lapangan, karyawan PT. Daesang International umumnya menerima gaji bulanan melalui bank konvensional, namun terdapat potensi minat terhadap layanan *M-Banking* syariah. Lokasi perusahaan yang strategis dan mudah diakses juga membuka peluang kerja sama dengan lembaga keuangan syariah, sehingga mendorong peningkatan minat masyarakat dan karyawan terhadap layanan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi layanan *M-Banking* yang digunakan oleh karyawan PT. Daesang International serta menganalisis minat mereka dalam menggunakan layanan *M-Banking* syariah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan sumber data primer diperoleh dari wawancara dan observasi terhadap 18 informan. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara kepada karyawan PT. Daesang International, dan studi dokumen. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, display data, dan verifikasi data. Keseluruhan karyawan PT. Daesang International mengetahui layanan *M-Banking*, namun pengetahuan mereka terbatas pada *M-Banking* konvensional. Minat penggunaan *M-Banking* syariah masih rendah, ditunjukkan oleh indikator perhatian (pengetahuan tentang *M-Banking* syariah namun belum memiliki akun), ketertarikan (belum mencari informasi meskipun sebagian tertarik), keinginan (tidak ada kebutuhan karena sudah menggunakan konvensional), dan keyakinan (sebagian kecil termotivasi untuk menghindari riba dan fitur islami). Penelitian ini memberikan kontribusi perlunya edukasi dan promosi fitur *M-Banking* syariah untuk meningkatkan literasi dan minat karyawan, serta membuka peluang integrasi layanan keuangan syariah di lingkungan korporat.

**Kata Kunci:** Minat karyawan, *M-Banking* syariah, Minat Bank syariah.

JAMA (Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis), Volume 2, Nomor 1, Mei 2025

<http://jurnal.forpti.or.id/index.php/jama/>

ISSN: [3062-8628](https://doi.org/10.3062/8628) (Media Online), [3062-8636](https://doi.org/10.3062/8636) (Media Cetak)

**ABSTRACT**

*Based on field observations, employees of PT. Daesang International generally receive their monthly salaries through conventional banks, but there is potential interest in sharia M-Banking services. The company's strategic and easily accessible location also opens up opportunities for cooperation with sharia financial institutions, thereby encouraging increased interest in these services among the public and employees. This study aims to identify the M-Banking services used by PT. Daesang International employees and analyze their interest in using Islamic M-Banking services. This study uses a descriptive qualitative method with primary data sources obtained from interviews and observations of 18 informants. Data collection techniques included observation, interviews with PT. Daesang International employees, and document studies. Data analysis was conducted through data reduction, data display, and data verification. All PT. Daesang International employees were aware of M-Banking services, but their knowledge was limited to conventional M-Banking. Interest in using Sharia M-Banking is still low, as indicated by the indicators of awareness (knowledge of Sharia M-Banking but do not yet have an account), interest (have not sought information even though some are interested), desire (no need because they already use conventional services), and conviction (a small number are motivated to avoid usury and Islamic features). This study contributes to the need for education and promotion of Islamic M-Banking features to increase employee literacy and interest, as well as open up opportunities for the integration of Islamic financial services in the corporate environment.*

**Keywords:** *Employee interest, Islamic M-Banking, Islamic banking interest.*

**I. PENDAHULUAN**

Berdasarkan hasil observasi, peneliti menemukan beberapa indikasi masalah terkait minat karyawan menggunakan *M-Banking* syariah, salah satunya mayoritas karyawan PT. Daesang International beragama Islam, akan tetapi masih jarang ditemukan karyawan yang menggunakan *M-Banking* Syariah. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, bank syariah dianggap belum menerapkan prinsip syariah sepenuhnya, sehingga masih ditemukan beberapa transaksi yang melanggar prinsip syariah itu sendiri. Meskipun bank syariah seharusnya menjadi alternatif untuk menghindarkan dari bunga bank konvensional yang dianggap riba, masih banyak pihak yang mempertanyakan atau meragukan akan penerapan prinsip syariah di bank syariah. Selain itu, meskipun mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, jumlah nasabah bank syariah saat ini masih di bawah 10 juta orang (P. Parastika et al., 2021).

Indikasi masalah kedua lokasi layanan ATM Bank BJB Syariah sudah tersedia 400 meter dari PT. Daesang International, ATM harus tersedia di lokasi yang mudah dijangkau oleh nasabah, seharusnya lokasi ATM Bank Syariah yang efektif harus memperhatikan keterjangkauan, kualitas pelayanan, variasi layanan, keterjaminan keamanan, dan keterjangkauan *M-Banking* untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan nasabah (Faisal Basri Muhammad, 2023). Bank konvensional memiliki jaringan ATM yang lebih luas dan lebih banyak terminal. Misalnya, Bank Central Asia (BCA) memiliki 2.180 terminal ATM dan

**JAMA (Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis), Volume 2, Nomor 1, Mei 2025**

<http://jurnal.forpti.or.id/index.php/jama/>

ISSN: [3062-8628](https://doi.org/10.3062/8628) (Media Online), [3062-8636](https://doi.org/10.3062/8636) (Media Cetak)

ATM Bersama memiliki 1.080 terminal di seluruh Indonesia, yang tersebar di berbagai lokasi umum seperti rumah sakit, pusat perbelanjaan, pasar, universitas, sekolah, perkantoran, dan lokasi cabang BCA, sedangkan Bank syariah, meskipun telah melakukan peningkatan infrastruktur, masih memiliki jaringan yang lebih terbatas. Misalnya, BSI memiliki 1.080 terminal ATM bersama dan 2.180 terminal ATM BCA, tetapi jumlah ini masih jauh lebih sedikit dibandingkan dengan bank konvensional (R. Pauzia et al., 2022).

Indikasi masalah ketiga pembukaan atau registrasi *M-Banking* syariah sudah sangat mudah diakses semua kalangan, dan tanpa antri registrasi *M-Banking* syariah di *Customer Service* bank syariah, akan tetapi meskipun registrasi *M-Banking* syariah mudah diakses secara online, tingkat adopsi tetap rendah. Registrasi *M-Banking* syariah juga dapat menghadapi beberapa masalah yang mungkin dialami oleh nasabah seperti keterbatasan layanan beberapa fitur atau layanan tertentu dalam *M-Banking* syariah mungkin tidak tersedia atau hanya dapat diakses dalam waktu tertentu, dan kesulitan aktivasi nasabah mungkin mengalami kesulitan dalam melakukan aktivasi *M-Banking* syariah setelah melakukan registrasi. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti tidak menerima kode aktivasi atau masalah teknis lainnya. Untuk mengatasi masalah ini, nasabah dapat menghubungi Kantor Cabang atau menghubungi nomor *customer service* yang tersedia (Widya Deni Santi, 2021).

Indikasi masalah keempat promosi *M-Banking* syariah masih kurang jika dibandingkan dengan promosi *M-Banking* bank konvensional, seharusnya Bank syariah masih perlu menginovasikan produk dan layanannya agar dapat bersaing dengan bank konvensional. Bank syariah dinilai perlu mempromosikan produk dan layanan berdasarkan prinsip-prinsip syariah, bukan hanya berdasarkan imbal hasil seperti bank konvensional. Bank syariah juga perlu memanfaatkan perkembangan teknologi digital untuk mempermudah nasabah mengakses produk dan layanannya (Adela, 2020b).

Penelitian terkait minat penggunaan layanan perbankan syariah, khususnya *M-Banking* syariah, telah banyak dilakukan, namun masih terdapat celah (gap) dalam literatur yang belum terpenuhi. Berdasarkan kajian pustaka terkini, penelitian sebelumnya lebih fokus pada aspek umum adopsi *M-Banking* syariah di tingkat nasional atau regional, seperti faktor-faktor eksternal seperti infrastruktur ATM dan promosi (Adela, 2020a; S. Pauzia et al., 2022), serta tantangan penerapan prinsip syariah (R. Parastika et al., 2021). Namun, gap riset teridentifikasi pada ketiadaan analisis mendalam terhadap minat karyawan di perusahaan swasta tertentu, seperti PT. Daesang International, yang mayoritas beragama Islam namun masih rendah adopsi *M-Banking* syariah. Penelitian sebelumnya belum secara spesifik mengintegrasikan indikasi masalah seperti keraguan terhadap kepatuhan syariah, keterbatasan infrastruktur ATM syariah dibandingkan bank konvensional, kemudahan registrasi yang belum sepenuhnya efektif, dan promosi yang kurang inovatif (Faisal Basri Muhammad, 2023; Widya Deni Santi, 2021). Oleh karena itu, terdapat gap dalam eksplorasi konteks spesifik perusahaan, di mana faktor internal karyawan (seperti keyakinan agama dan kemudahan akses) belum dianalisis secara komprehensif dalam hubungannya dengan minat penggunaan *M-Banking* syariah.

JAMA (Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis), Volume 2, Nomor 1, Mei 2025

<http://jurnal.forpti.or.id/index.php/jama/>

ISSN: [3062-8628](https://doi.org/10.3062/8628) (Media Online), [3062-8636](https://doi.org/10.3062/8636) (Media Cetak)

Novelty penelitian ini terletak pada pendekatan analisis yang spesifik terhadap minat karyawan PT. Daesang International, sebuah perusahaan swasta dengan mayoritas karyawan Muslim, namun adopsi *M-Banking* syariah masih rendah. Berbeda dari penelitian umum yang mengkaji nasabah secara luas (R. Parastika et al., 2021; S. Pauzia et al., 2022), penelitian ini mengintegrasikan indikasi masalah unik seperti keraguan terhadap prinsip syariah, keterbatasan infrastruktur ATM syariah (meskipun lokasi ATM Bank BJB Syariah hanya 400 meter dari perusahaan), tantangan registrasi online yang mudah namun sering mengalami kesulitan aktivasi, dan promosi yang kurang agresif dibandingkan bank konvensional (Adela, 2020; Faisal Basri Muhammad, 2023; Widya Deni Santi, 2021). Novelty juga terlihat dalam penggunaan data observasi langsung dari konteks perusahaan ini, yang belum dieksplorasi dalam literatur sebelumnya, sehingga memberikan kontribusi baru dalam memahami dinamika minat di lingkungan kerja spesifik, dengan potensi untuk model analisis yang dapat diaplikasikan pada perusahaan serupa.

Urgensi penelitian ini sangat tinggi mengingat Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim (sekitar 87%), namun pangsa nasabah bank syariah masih di bawah 10 juta orang (R. Parastika et al., 2021), yang menunjukkan perlunya peningkatan adopsi layanan syariah untuk menghindari riba dan mematuhi prinsip agama. Dalam konteks digitalisasi perbankan, *M-Banking* syariah menjadi alternatif penting, namun tantangan seperti keterbatasan infrastruktur ATM (S. Pauzia et al., 2022), kemudahan akses yang belum optimal (Widya Deni Santi, 2021b), dan promosi yang kurang inovatif (Adela, 2020a) menghambat pertumbuhan. Penelitian ini mendesak dilakukan karena dapat memberikan rekomendasi praktis bagi bank syariah untuk meningkatkan minat karyawan di perusahaan seperti PT. Daesang International, yang berpotensi memperluas basis nasabah syariah dan bersaing dengan bank konvensional yang memiliki jaringan lebih luas (Muhammad, 2023a). Hasil penelitian ini juga relevan dengan agenda pembangunan nasional dalam mendorong ekonomi syariah, serta mendukung transformasi digital perbankan di era pandemi dan pasca-COVID-19, di mana akses mudah dan aman *M-Banking* menjadi krusial.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui layanan *M-Banking* yang digunakan karyawan PT. Daesang International dan untuk mengetahui minat karyawan PT. Daesang International menggunakan layanan *M-Banking* syariah.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Minat

#### 1. Pengertian Minat

Minat adalah ketertarikan atau kecenderungan pada sesuatu yang merupakan sebuah aspek psikologis. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, diartikan sebagai gairah atau keinginan. Sedangkan dalam Bahasa Inggris, minat sering disebut dengan kata-kata "*interest*" atau "*passion*". "*Interest*" bermakna suatu perasaan ingin memperhatikan dan

penasaran akan sesuatu hal, sedangkan “*passion*” sama maknanya dengan gairah atau suatu perasaan yang kuat atau antusiasisme terhadap suatu objek (Muh Yusran, 2023).

Selain itu, minat juga mencerminkan bagaimana individu memprioritaskan objek atau aktivitas tertentu dalam kehidupannya sehari-hari. Minat yang tinggi terhadap sesuatu biasanya diikuti dengan upaya yang signifikan untuk memahami dan menguasai hal tersebut. Misalnya, dalam konteks perbankan digital, seseorang dengan minat tinggi terhadap teknologi akan lebih cenderung menggunakan dan mengeksplorasi layanan *M-Banking*. Hal ini menunjukkan bahwa minat dapat berfungsi sebagai prediktor penting dalam menentukan perilaku adopsi teknologi.

## 2. Ciri-Ciri Minat

Ciri umum dari minat adalah memiliki harapan besar dan tinggi, serta berorientasi pada keberhasilan dan memiliki kebanggaan sendiri (Maskanah, 2020). Minat memiliki beberapa ciri utama, yaitu adanya perasaan senang terhadap objek minat. Menurut Elizabeth Hurlock, ciri-ciri minat seperti minat tumbuh bersamaan dengan perkembangan fisik dan mental, minat tergantung pada kegiatan belajar, perkembangan minat mungkin terbatas, minat tergantung pada kesempatan belajar, minat dipengaruhi oleh budaya, minat berbobot emosional, minat memfasilitasi kegiatan belajar (Nugroho et al., 2020).

## 3. Indikator Minat

Indikator minat dapat dilihat dari beberapa aspek seperti frekuensi keterlibatan dalam aktivitas yang diminati (Ainiyah & Indrarini, 2022). Menurut Lucas dan Britt, indikator minat terdiri dari beberapa aspek, yaitu:

- a. Perhatian (*Attention*): Adanya perhatian atau konsentrasi terhadap suatu produk atau layanan yang ditawarkan.
- b. Ketertarikan (*Interest*): Adanya rasa ketertarikan atau rasa ingin tahu terhadap suatu produk atau layanan yang ditawarkan.
- c. Keinginan (*Desire*): Adanya keinginan atau kebutuhan untuk membeli suatu produk atau layanan yang ditawarkan.
- d. Keyakinan (*Belief*): Adanya keyakinan atau percaya diri bahwa suatu produk atau layanan yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.

Intensitas perhatian yang diberikan terhadap objek minat juga menjadi indikator penting. Kepuasan yang diperoleh dari keterlibatan dalam aktivitas tersebut juga menjadi penanda bahwa seseorang memiliki minat yang tinggi. Indikator-indikator ini membantu dalam mengidentifikasi sejauh mana minat seseorang terhadap suatu objek atau aktivitas tertentu.

## B. Layanan *M-Banking* Syariah

### 1. Pengertian *M-Banking* Syariah

*M-Banking* Syariah adalah layanan perbankan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat seluler sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Layanan ini mencakup berbagai fungsi seperti transfer dana, pembayaran

tagihan, dan pembelian produk keuangan tanpa melibatkan riba atau bunga yang dilarang dalam Islam (Rahayu, 2016).

*M-Banking* Syariah menawarkan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah untuk mengelola keuangan mereka kapan saja dan di mana saja melalui aplikasi yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan sesuai dengan syariah. Penggunaan teknologi dalam *M-Banking* Syariah tidak hanya mempermudah transaksi tetapi juga memastikan bahwa semua aktivitas keuangan dilakukan sesuai dengan hukum Islam (Rahayu, 2016).

## 2. Macam-macam *M-Banking* Syariah

*M-Banking* Syariah menawarkan berbagai layanan yang dapat diakses melalui perangkat seluler. Layanan ini mencakup transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk keuangan syariah seperti sukuk atau reksadana syariah, serta layanan informasi seperti cek saldo dan mutasi rekening. Selain itu, beberapa bank syariah juga menyediakan layanan zakat, infak, dan sedekah yang memungkinkan nasabah untuk menyumbang langsung melalui aplikasi *M-Banking* mereka (Dermawan, 2018).

Bank Syariah Indonesia (BSI), misalnya, menyediakan layanan *M-Banking* yang mencakup pembayaran zakat dan sedekah, pembelian produk keuangan syariah, serta layanan pembiayaan syariah. Layanan ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan keuangan umat Islam dengan cara yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

## 3. Manfaat *M-Banking* Syariah

Manfaat *M-Banking* Syariah meliputi kemudahan akses dan kenyamanan bagi nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan kapan saja dan di mana saja. Selain itu, layanan ini juga membantu meningkatkan inklusi keuangan dengan memungkinkan lebih banyak orang untuk mengakses layanan perbankan, terutama di daerah yang sulit dijangkau oleh bank fisik (Lailani & Regina, 2021).

Layanan *M-Banking* Syariah juga memberikan manfaat dalam hal kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah, yang penting bagi nasabah Muslim. Dengan menggunakan layanan ini, nasabah dapat memastikan bahwa semua transaksi mereka dilakukan sesuai dengan hukum Islam, menghindari riba dan praktik-praktik lain yang dilarang dalam syariah. Manfaat tambahan termasuk efisiensi biaya dan waktu, serta peningkatan kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan syariah (Ningsih, 2021).

### III. METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan penelitian adalah suatu pandangan sistematis yang menjelaskan mengenai suatu fenomena. Rencana dan prosedur pendekatan penelitian yang terdiri dari langkah-langkah berdasarkan asumsi luas sebagai dasar menentukan metode dalam pengumpulan data, analisis atau interpretasi data (Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D, 16). Pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif, kualitatif menurut Koentjaraningrat adalah desain penelitian yang memiliki tiga format penelitian deskriptif, verifikasi, dan format *Grounded research* (Nur & others, 2024). Metode penelitian kualitatif

JAMA (Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis), Volume 2, Nomor 1, Mei 2025

<http://jurnal.forpti.or.id/index.php/jama/>

ISSN: [3062-8628](#) (Media Online), [3062-8636](#) (Media Cetak)

lebih fokus pada proses pelaksanaan penelitian itu sendiri, bukan berdasarkan hasil. Penelitian kualitatif bukan untuk menggeneralisasi, melainkan lebih ke dalam menafsirkan pemahaman secara ideografis.

Sumber data merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data disamping jenis data untuk mengetahui darimana subjek data tersebut diperoleh (Mufidah, 2024). Dalam Penelitian empiris data yang digunakan diklasifikasikan menjadi dua jenis yakni primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini sumber data yang diperoleh dari data-data di dapat langsung dari lapangan, yaitu penulis melakukan observasi dan wawancara langsung kepada 18 informan karyawan PT. Daesang International dan data sekunder Dalam penelitian ini sumber data yang diperoleh dari buku, artikel ilmiah, Al-Qur'an, Hadist, Ijma, website, literature dan studi dokumentasi yang berkaitan dengan minat.

Sampel merupakan bagian populasi yang diambil untuk mewakili populasi secara keseluruhan yang dijadikan responden dalam suatu penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Ika Lenaini, 2021). Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling* atau pemilihan secara sengaja dengan beberapa pertimbangan. Informan yang dimaksud adalah informan yang terlibat langsung atau informan yang dianggap mempunyai kemampuan dan mengerti permasalahan terkait penelitian ini. Dalam penelitian ini peneliti akan mengambil sampel *Purposive sampling* sebanyak 18 informan karyawan PT. Daesang International.

Uji keabsahan data adalah prosedur yang dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dan dianalisis dalam suatu penelitian memiliki kualitas yang memadai dan dapat dipertanggung jawabkan sebagai hasil penelitian yang akurat. Pertama, meningkatkan ketekunan pada penelitian ini penulis melakukan pengamatan secara terus-menerus dan melakukan analisis secara lebih cermat dan berkesinambungan dengan memastikan kembali bahwa data yang diperoleh dari hasil wawancara sudah akurat dan sesuai dengan rumusan serta tujuan penelitian. Agar dapat ditarik kesimpulan dengan akurat dan kredibel (J Noor, 2011). Kedua, Triangulasi sumber berarti menguji data dari berbagai sumber informan yang akan diambil datanya, dengan teknik yang sama peneliti dapat melakukan pengumpulan data terhadap beberapa sumber (informan), yang kemudian data tersebut harus didiskripsikan, lalu dikategorikan, serta dilihat tentang pandangan yang sama, yang berbeda, sehingga, sebuah kesimpulan diperoleh dari data yang telah dianalisis dari berbagai sumber oleh peneliti (Alfansyur & Mariyani, 2020). Member *check* pada penelitian ini, peneliti melakukan pengecekan kembali agar data yang dikumpulkan akurat dan tidak terjadi kekurangan. Bila data yang didapatkan peneliti disetujui oleh pemberi data. Maka data tersebut valid atau data tersebut telah *kradibel* (J Noor, 2011).

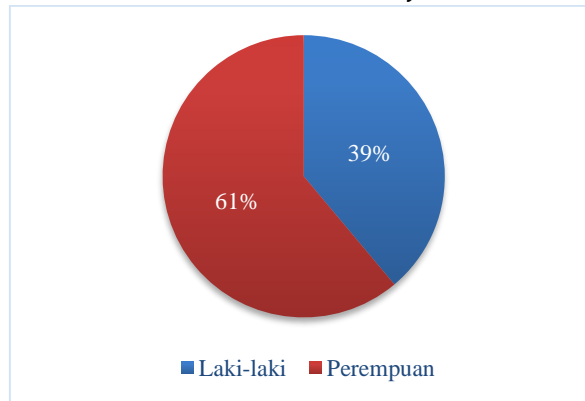
#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### A. Hasil Penelitian

##### 1. Karakteristik Informan Berdasarkan Jenis Kelamin

Diagram 4. 1

Data Informan Berdasarkan Jenis Kelamin



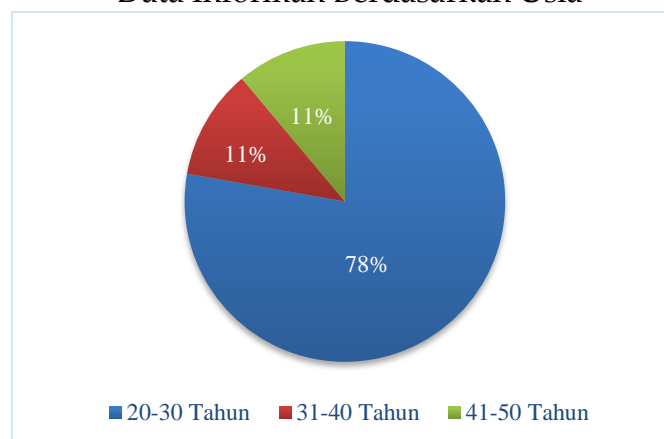
(Sumber: Diolah Oleh Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan diagram 4.1 diatas dapat dijelaskan bahwa data informan dalam penelitian ini Analisis Minat Karyawan PT. Daesang International menggunakan layanan *M-Banking* syariah terdiri dari 11 (61%) informan atau narasumber berjenis kelamin Perempuan dan 7 (39%) informan berjenis kelamin laki-laki. Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan ternyata informan yang mendominasi dalam penelitian saat ini merupakan informan atau narasumber yang berjenis kelamin perempuan. Karena mayoritas karyawan di PT. Daesang International kebanyakan Perempuan dari pada laki-laki. Mayoritas karyawan di PT. Daesang International ini adalah perempuan karena dibutuhkan ketelitian khusus dalam produksinya yang dimana perempuan sering dikatakan lebih teliti dibanding laki-laki, hal ini tercermin dalam survei wawancara yang menunjukkan bahwa lebih banyak perempuan dari pada laki-laki.

##### 2. Karakteristik Informan Berdasarkan Usia

Diagram 4. 2

Data Informan Berdasarkan Usia



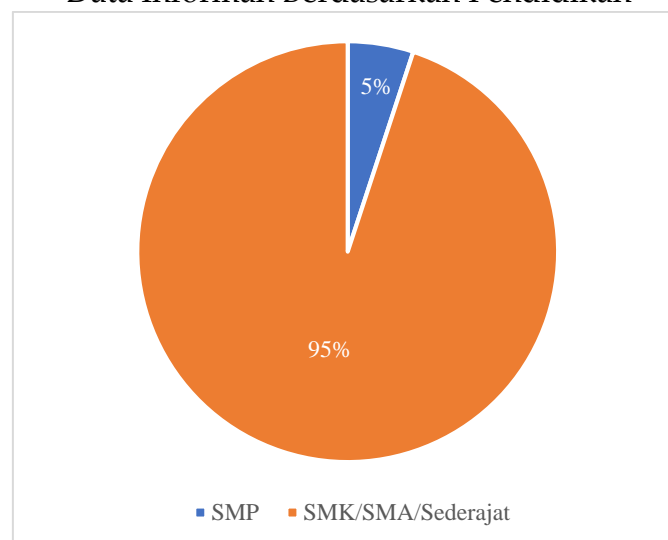
(Sumber: Diolah Oleh Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan diagram 4.2 diatas dapat dijelaskan bahwa data informan dalam penelitian tentang Analisis Minat Karyawan PT. Daesang International menggunakan layanan *M-Banking* syariah dengan jumlah informan 18 informan yang terdiri dari 14 (78%) informan atau narasumber yang memiliki rentang usia 20-30 tahun, 2 (11%) informan atau narasumber yang rentang usianya 31-40 tahun, dan 2 (11%) informan atau narasumber yang rentang usianya 41-50 tahun. Berdasarkan diagram 4.2 di atas hasil observasi penelitian ternyata informan atau narasumber yang memiliki rentang usia 20-30 tahun yang mendominasi dalam penelitian tentang Analisis Minat Karyawan PT. Daesang International menggunakan layanan *M-Banking* syariah. Karena otak mencapai puncak kematangan di usia 20-30 tahun, sehingga orang-orang dalam rentang usia ini memiliki kemampuan berpikir untuk lebih matang dan lebih siap untuk berpartisipasi dalam wawancara ini.

### 3. Karakteristik Informan Berdasarkan Pendidikan

Diagram 4. 3

Data Informan Berdasarkan Pendidikan



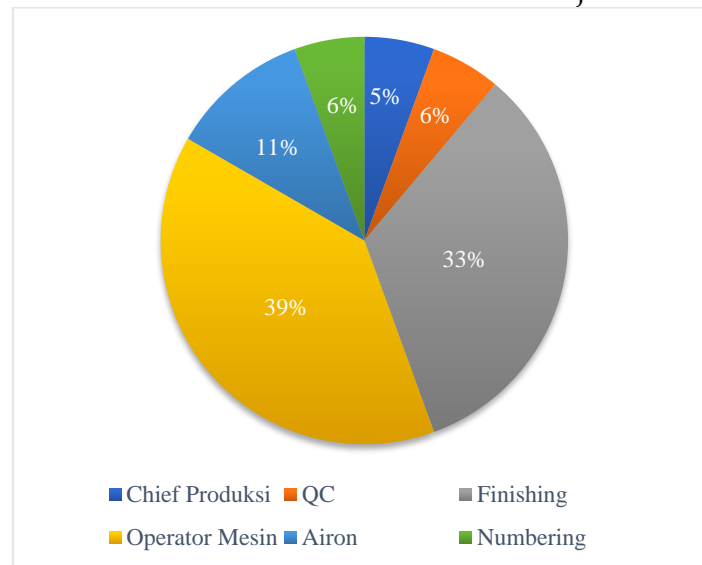
(Sumber: Diolah Oleh Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan diagram 4.3 diatas dapat dijelaskan bahwa data informan dalam penelitian tentang Analisis Minat Karyawan PT. Daesang International menggunakan layanan *M-Banking* syariah terdiri dari 1 (5%) informan atau narasumber yang memiliki status Pendidikan terakhir SMP, dan 95% informan atau narasumber yang memiliki status Pendidikan terakhir SMK/SMA/SMEA/Sederajat. Berdasarkan hasil observasi peneliti yang mendominasi dalam penelitian kali ini tentang Analisis Minat Karyawan PT. Daesang International menggunakan layanan *M-Banking* syariah merupakan informan atau narasumber yang memiliki status pendidikan terakhir SMA/SMK, dikarenakan biaya pendidikan sangat tinggi dapat menjadi hambatan bagi seseorang yang memiliki keuangan terbatas untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.

#### 4. Karakteristik Informan Berdasarkan Pekerjaan

Diagram 4. 4

Data Informan Berdasarkan Pekerjaan



(Sumber: Diolah Oleh Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan diagram 4.4 di atas dapat dijelaskan bahwa data informan dalam penelitian tentang Analisis Minat Karyawan PT. Daesang International menggunakan layanan *M-Banking* syariah terdiri dari 1 (5%) informan atau narasumber yang bekerja pada bagian Chief Produksi, 1 (6%) informan atau narasumber yang bekerja pada bagian QC, 6 (33%) informan atau narasumber yang bekerja pada bagian finishing, 7 (39%) informan atau narasumber yang bekerja pada bagian operator mesin, 2 (11%) informan atau narasumber yang bekerja pada bagian airon, dan 1 (6%) informan atau narasumber yang bekerja pada bagian numbering. Berdasarkan hasil observasi peneliti yang mendominasi dalam penelitian kali ini tentang Analisis Minat Karyawan PT. Daesang International menggunakan layanan *M-Banking* syariah, merupakan informan atau narasumber yang bekerja sebagai operator mesin. Bagian operator mesin di PT. Daesang International ini sangat mendominasi karena awal proses produksi dan kualitas barang di tentukan oleh bagian operator mesin

## B. Pembahasan Penelitian

### 1. Layanan *M-Banking* Yang Digunakan Karyawan PT. Daesang International

#### a. Nama *M-Banking* Yang Digunakan Karyawan PT. Daesang International

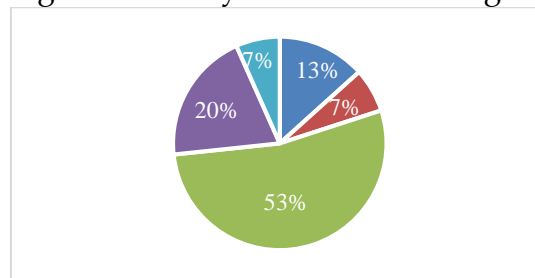
*M-Banking* Syariah adalah layanan perbankan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat seluler sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Layanan ini mencakup berbagai fungsi seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan pembelian produk keuangan tanpa melibatkan riba atau bunga yang dilarang dalam Islam (Rahayu, 2016). Berikut layanan *M-Banking* yang digunakan oleh Karyawan PT. Daesang International:

JAMA (Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis), Volume 2, Nomor 1, Mei 2025

<http://jurnal.forpti.or.id/index.php/jama/>

ISSN: [3062-8628](http://dx.doi.org/10.3062/8628) (Media Online), [3062-8636](http://dx.doi.org/10.3062/8636) (Media Cetak)

Diagram 4. 5  
*M-Banking* yang digunakan Karyawan PT. Daesang International



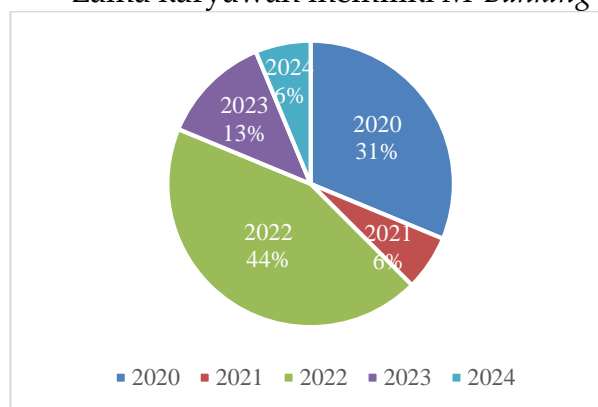
(Sumber: Diolah Oleh Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan diagram 4.5 di atas dapat dijelaskan bahwa ada 14 Informan yang sudah menggunakan *M-Banking* dan 4 Informan yang belum menggunakan *M-Banking* alasan informan karena belum adanya kebutuhan menggunakan *M-Banking* dalam kehidupan sehari-hari, data informan dalam penelitian tentang Analisis Minat Karyawan PT. Daesang International menggunakan layanan *M-Banking* syariah pengguna *M-Banking* BWS (Bank Woory Saudara) terdapat 2 (13%) informan, pengguna *M-Banking* Livin By Mandiri 1 (7%) informan, pengguna *M-Banking* BRImo 8 (53%) informan, pengguna *M-Banking* BSI Mobile Banking 3 (20%) informan, pengguna *M-Banking* BCA Mobile 1 (7%). Hasil wawancara dengan salah satu karyawan PT. Daesang International mengatakan bahwa *M-Banking* yang digunakan karyawan saat ini adalah *M-Banking* BWS, dan tidak menutup kemungkinan karyawan PT. Daesang International juga menggunakan *M-Banking* konvensional lainnya.

**b. Lama Karyawan Memiliki *M-Banking***

Lama karyawan PT. Daesang International menggunakan *M-Banking* tergantung kebutuhan dan layanan serta fitur masing-masing *M-Banking*. Penggunaan *M-Banking* yang mudah, aman, dan efektif dapat meningkatkan penggunaan yang lama terhadap *M-Banking* yang sedang digunakan.

Diagram 4. 6  
 Lama karyawan memiliki *M-Banking*



(Sumber Diolah Oleh Peneliti Tahun 2024)

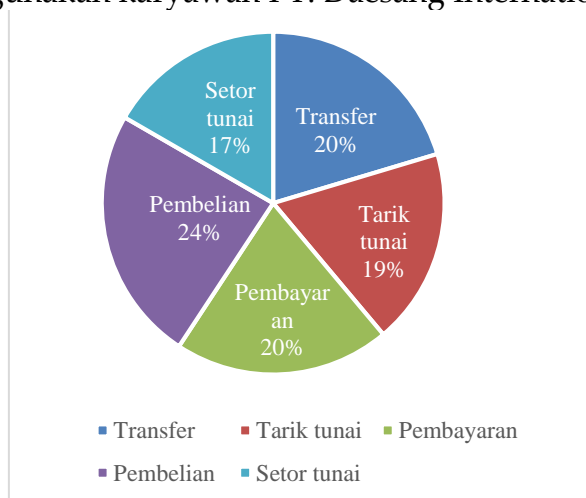
Berdasarkan diagram 4.6 hasil observasi dan wawancara peneliti lama karyawan memiliki *M-Banking* berdasarkan tahun 2020 terdiri dari 5 (31%) informan, tahun 2021 terdapat 1 (6%) informan, tahun 2022 terdiri dari 7 (44%) informan, tahun 2023 terdiri dari 2 (13%) informan, dan tahun 2024 terdiri dari 1 (6%) informan. Sebagian besar karyawan PT. Daesang International menggunakan *M-Banking* selain *M-Banking* BWS, hal ini terjadi karena karyawan PT. Daesang International lebih dulu menggunakan *M-Banking* konvensional lainnya sebelum PT. Daesang International bekerjasama dengan pihak bank mengenai sistem gaji. Sedangkan lama penggunaan *M-Banking* dapat bervariasi tergantung pada kebutuhan dan kebiasaan pengguna. Banyak orang yang mulai beralih ke *M-Banking* karena kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkannya. Pengguna dapat mengakses layanan ini selama 24 jam tanpa harus pergi ke bank atau mesin ATM (Wicaksono et al., 2021). Seperti karyawan PT. Daesang Internasional yang sudah 4 tahun menggunakan *M-Banking* BWS karena ingin mengetahui saldo gaji setiap bulannya.

**c. Transaksi Yang Digunakan Karyawan PT. Daesang International Melalui *M-Banking***

Transaksi adalah kesepakatan antara dua pihak, yaitu penjual dan pembeli, untuk menukar barang, jasa, atau aset keuangan dengan imbalan uang. Dalam konteks bisnis, transaksi merupakan bagian penting dari aktivitas perusahaan yang dapat mempengaruhi posisi keuangan dan operasionalnya. Sedangkan Slamet Wiyono mendefinisikan transaksi sebagai kejadian yang melibatkan setidaknya dua pihak yang saling bertukar barang, jasa, atau aset keuangan. Ia menekankan bahwa transaksi terjadi tanpa adanya paksaan, dan merupakan bagian dari interaksi bisnis yang lebih luas. Transaksi layanan *M-Banking* meliputi berbagai kegiatan administratif dan transaksional yang dapat dilakukan melalui aplikasi *M-Banking*. Berikut adalah diagram transaksi yang digunakan karyawan PT. Daesang International melalui *M-Banking*:

Diagram 4.7

Transaksi yang digunakan karyawan PT. Daesang International melalui *M-Banking*



(Sumber Diolah Oleh Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan diagram 4.7 hasil observasi dan wawancara peneliti mengenai transaksi yang digunakan karyawan PT. Daesang International melalui *M-Banking*, untuk transfer terdapat 11 (52%) informan yang sering melakukan transfer melalui *M-Banking*, transaksi tarik tunai terdapat 10 (19%) informan, transaksi pembayaran seperti untuk bayar listrik, bayar cicilan terdapat 11 (20%) informan, dan transaksi pembelian seperti untuk bayar shoope, *top up* dana, beli pulsa terdapat 13 (24%) informan. Menurut informan mereka tidak sering bertransaksi menggunakan *M-Banking* hal ini terjadi karena keterbatasan karyawan yang tidak sering menggunakan *M-Banking* untuk bertransaksi, informan mengatakan hanya untuk transaksi tertentu saja seperti bayar listrik, beli pulsa, dan bayar cicilan.

## 2. Minat karyawan PT Daesang International dalam menggunakan layanan *M-Banking* Syariah

Minat adalah ketertarikan atau kecenderungan pada sesuatu yang merupakan sebuah aspek psikologis. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, diartikan sebagai gairah atau keinginan. Sedangkan dalam Bahasa Inggris, minat sering disebut dengan kata-kata "*interest*" atau "*passion*". "*Interest*" bermakna suatu perasaan ingin memperhatikan dan penasaran akan sesuatu hal, sedangkan "*passion*" sama maknanya dengan gairah atau suatu perasaan yang kuat atau antusiasisme terhadap suatu objek (Iain Kendari, 2023),78.

### a. Perhatian (*Attention*)

Perhatian (*Attention*) adalah adanya perhatian atau konsentrasi terhadap suatu produk atau layanan yang ditawarkan. Agar informan atau narasumber mengetahui layanan dan fitur *M-Banking* syariah, maka seseorang harus memiliki perhatian tentang penggunaan *M-Banking* syariah. Perhatian minat karyawan PT. Daesang International menggunakan *M-Banking* Syariah mendapatkan respon sebagai berikut:

- 1) Sebanyak 4 (22%) informan mengetahui *M-Banking* syariah, sedangkan sebagian besar karyawan PT. Daesang Internasonal kurang mengetahui *M-Banking* syariah. Karena layanan *M-Banking* yang digunakan oleh perusahaan adalah bank konvensional. Sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan salah satu karyawan PT. Daesang International menyatakan bahwa karyawan mengetahui adanya layanan *M-Banking* syariah, akan tetapi masih menyamaratakan dengan layanan *M-Banking* bank konvensional. Hal ini bertolak belakang dengan konsep dasar layanan *M-Banking* syariah dan konvensional, *M-Banking* syariah menggunakan prinsip syariah, sedangkan *M-Banking* konvensional mengacu pada perundang-undangan negara atau berbasis konvensional.
- 2) Semua informan belum memiliki *M-Banking* syariah, berdasarkan hasil observasi peneliti dari 18 informan mengatakan bahwa sebab karyawan PT. Daesang International belum menggunakan *M-Banking* syariah karena sudah menggunakan *M-Banking* konvensional lainnya, hal ini terjadi

JAMA (Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis), Volume 2, Nomor 1, Mei 2025

<http://jurnal.forpti.or.id/index.php/jama/>

ISSN: [3062-8628](#) (Media Online), [3062-8636](#) (Media Cetak)

karena keterlambatan teknologi yang disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang *M-Banking syariah* (Megawati, 2021).

- 3) Semua informan belum mengetahui cara menggunakan *M-Banking syariah* sehingga tidak tahu fitur apa saja yang terdapat pada layanan *M-Banking syariah* karena belum mempunyai pengalaman menggunakan *M-Banking syariah* sebelumnya, hal ini terjadi sebab kurangnya informasi tentang kelebihan dan kemudahan menggunakan *M-Banking syariah* tidak cukup luas, maka informan mungkin tidak mengetahui manfaatnya. Informasi yang kurang dapat mempengaruhi minat informan untuk menggunakan layanan ini (Aveta Sari, 2022).

#### **b. Ketertarikan (*Interest*)**

Ketertarikan (*Interest*) adalah adanya rasa ketertarikan atau rasa ingin tahu terhadap suatu produk atau layanan yang ditawarkan. Agar informan atau narasumber mengetahui layanan dan fitur *M-Banking syariah* maka seseorang harus memiliki ketertarikan tentang penggunaan *M-Banking syariah*. Ketertarikan pada minat karyawan PT. Daesang International menggunakan *M-Banking Syariah* mendapatkan respon sebagai berikut:

- 1) Karyawan PT. Daesang International berpendapat bahwa informan masih awam mendengar layanan *M-Banking syariah*. Informan belum pernah mencari tahu layanan *M-Banking syariah* karena kurangnya pengetahuan dan kesadaran tentang layanan ini. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan tersebut belum memiliki pengalaman atau pengetahuan yang cukup tentang layanan *M-Banking syariah*, sehingga mereka tidak pernah mencari tahu atau menggunakan layanan tersebut.
- 2) Sebanyak 1 (5,5%) informan tertarik menggunakan layanan *M-Banking syariah* dan alasan informan tertarik menggunakan layanan *M-Banking syariah*, karena ingin mencoba sesuatu hal yang baru, tetapi masih terdapat 94,5% karyawan PT. Daesang International tidak mencari tahu tentang *M-Banking syariah*, sebab tidak ada dorongan untuk mencari tahu informasi *M-Banking syariah*, dan *M-Banking syariah* menurut beberapa karyawan tidak terlalu menarik untuk mencari tahu informasinya. Seseorang mencari tahu informasi *M-Banking syariah* karena adanya ketertarikan dalam diri individu, dan keinginan yang tinggi terhadap sesuatu hal. Minat tumbuh dari diri seseorang karena tertarik dengan hal yang diinginkannya.
- 3) Sebanyak 1 (5,5%) informan pernah mendapatkan ajakan dari rekan kerja untuk menggunakan layanan *M-Banking syariah*, penelitian ini menunjukkan bahwa ajakan dari rekan kerja atau keluarga dapat memberikan dampak seseorang untuk menggunakan layanan *M-Banking syariah*. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi sosial dan ajakan dari orang-

orang yang dipercaya dapat mempengaruhi dampak karyawan dalam menggunakan layanan *M-Banking* syariah (Kirana & Nurfauziah, 2023).

**c. Keinginan (*Desire*)**

Keinginan (*Desire*) adalah Adanya keinginan atau kebutuhan untuk membeli suatu produk atau layanan yang ditawarkan. Agar informan atau narasumber mengetahui layanan dan fitur *M-Banking* syariah maka seseorang harus memiliki keinginan tentang penggunaan *M-Banking* syariah. Keinginan minat karyawan PT. Daesang International menggunakan *M-Banking* syariah mendapatkan respon sebagai berikut:

- 1) Alasan informan belum menggunakan layanan *M-Banking* syariah karena sudah menggunakan *M-Banking* konvensional. Penelitian ini menunjukkan bahwa informan yang sudah menggunakan *M-Banking* konvensional mungkin merasa puas dengan layanan yang mereka gunakan dan tidak melihat kebutuhan untuk beralih ke *M-Banking* syariah. Hal ini dapat dikaitkan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa penggunaan *M-Banking* konvensional dapat berdampak kepada seseorang untuk menggunakan layanan *M-Banking* syariah. Informan mungkin merasa bahwa *M-Banking* konvensional sudah memenuhi kebutuhan dan tidak perlu beralih ke *M-Banking* syariah (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2021), 56-59.
- 2) Informan tidak memiliki kebutuhan untuk menggunakan layanan *M-Banking* syariah, alasan informan belum mempunyai kebutuhan untuk menggunakan layanan *M-Banking* syariah karena sudah mempunyai *M-Banking* konvensional, informan yang sudah menggunakan *M-Banking* konvensional mungkin lebih suka dengan kemudahan dan keamanan yang ditawarkan oleh layanan yang mereka gunakan. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, keamanan, dan kemudahan transaksi adalah faktor penting dalam memilih layanan *M-Banking*. Informan mungkin lebih memilih untuk tetap menggunakan layanan yang sudah mereka kenal dan puas dengan daripada beralih ke *M-Banking* syariah yang mungkin memiliki fitur yang berbeda (Nasar, 2022), 77-89.
- 3) Sebanyak 1 (5,5%) informan memiliki keinginan untuk beralih ke layanan *M-Banking* syariah karena informan mengatakan *M-Banking* ini bagus karena berdasarkan prinsip syariah. Ini menunjukkan belum adanya minat yang signifikan terhadap layanan perbankan syariah di kalangan karyawan PT. Daesang International, meskipun persentasenya masih tergolong kecil. Layanan *M-Banking* syariah menawarkan kemudahan dan aksesibilitas yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yang mungkin menarik bagi segmen tertentu.

**JAMA (Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis), Volume 2, Nomor 1, Mei 2025**

<http://jurnal.forpti.or.id/index.php/jama/>

ISSN: [3062-8628](#) (Media Online), [3062-8636](#) (Media Cetak)

#### d. Keyakinan (*Belief*)

Keyakinan (*Belief*) adalah Adanya keyakinan atau percaya diri bahwa suatu produk atau layanan yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen (Indri Dwi Nurcahyani,2022). Agar informan atau narasumber mengetahui layanan dan fitur *M-Banking* syariah maka seseorang harus memiliki keyakinan tentang penggunaan *M-Banking* syariah. keinginan minat karyawan PT. Daesang International menggunakan *M-Banking* Syariah mendapatkan respon sebagai berikut:

- 1) Sebanyak 2 (11,11%) informan memiliki motivasi untuk menggunakan layanan *M-Banking* syariah untuk menghindari riba, tetapi sebagian dari informan belum memiliki keyakinan untuk menggunakan *M-Banking* syariah. Peneliti menemukan alasan informan karyawan PT. Daesang International tidak menggunakan *M-Banking* syariah karena sudah menggunakan *M-Banking* konvensional lainnya, Informan yang memiliki motivasi tinggi untuk menggunakan *M-Banking* syariah mungkin juga memiliki keyakinan yang lebih tinggi. Namun, tidak semua informan dengan motivasi tinggi pasti memiliki keyakinan yang sama tinggi (Ningsih, 2021). Beberapa informan mungkin memiliki motivasi yang kuat tetapi masih memiliki keraguan atau kekhawatiran.
- 2) Alasan informan mau menggunakan *M-Banking* syariah karena dapat terhindarkan dari transaksi riba, mereka mungkin memiliki kepercayaan bahwa perbankan syariah tidak menggunakan riba dan lebih sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dengan menggunakan *M-Banking* syariah dan belajar menabung, mereka dapat menghindari utang dan mengembangkan kebiasaan hemat yang lebih baik (Septianingrum, 2020).
- 3) Sebagian kecil informan karyawan PT. Daesang International berpendapat bisa untuk memenuhi kebutuhan dan kemudahan transaksi serta fitur yang lengkap, dengan demikian penting bagi perusahaan untuk terus mengembangkan dan memperbarui sistem agar tetap relevan dengan kebutuhan karyawan dan meningkatkan efisiensi operasional (Aulia & Aslami, 2023).
- 4) Sebagian kecil informan berpendapat bahwa layanan *M-Banking* syariah mungkin bisa mempermudah aktivitas keuangan/ investasi informan tetapi informan kurang mengetahui secara spesifik terhadap investasi di *M-Banking* syariah, hal ini menunjukkan adanya korelasi positif antara penggunaan layanan *M-Banking* syariah dan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan. Layanan *M-Banking* syariah menawarkan berbagai fitur yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna, seperti kemudahan dalam melakukan transfer, pembayaran, dan pengelolaan investasi. Dengan adanya teknologi ini, informan merasa lebih efisien dalam mengelola keuangan nasabah, yang pada gilirannya dapat meningkatkan minat

JAMA (Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis), Volume 2, Nomor 1, Mei 2025

<http://jurnal.forpti.or.id/index.php/jama/>

ISSN: [3062-8628](https://doi.org/10.3062/8628) (Media Online), [3062-8636](https://doi.org/10.3062/8636) (Media Cetak)

investasi di sektor keuangan syariah Melda Kristiya Duwy Kurnia Putri, 2021),99-101.

- 5) Sebanyak 66% atau 12 dari 18 informan tidak memiliki kekhawatiran atau keraguan untuk menggunakan layanan *M-Banking* syariah, informan yang merasa nyaman menggunakan layanan ini mungkin merasa bahwa sistem *M-Banking* syariah aman dan tidak rentan terhadap kebocoran data atau penipuan (Silvia Indriani, 2022),45-56. Kepercayaan ini dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keamanan, kemudahan akses, dan ketersediaan fitur yang sesuai dengan prinsip syariah. Dengan demikian, peningkatan kepercayaan terhadap layanan *M-Banking* syariah dapat berkontribusi pada pertumbuhan penggunaan layanan keuangan berbasis syariah di kalangan karyawan PT. Daesang International.

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa karyawan PT. Daesang International secara keseluruhan karyawan PT. Daesang Internasional mengetahui layanan *M-Banking*, hanya saja *M-Banking* yang diketahui karyawan baru *M-Banking* konvensional. Nama *M-Banking* yang digunakan oleh karyawan PT. Daesang International adalah *M-Banking* konvensional seperti BWS mobile, BRImo, BCA mobile, Livin by Mandiri dan BNI mobile. Transaksi yang sering dilakukan karyawan PT. Daesang Internasional melalui *M-Banking* seperti *transfer*, tarik tunai tanpa ATM, setor tunai, bayar cicilan, pembayaran belanja, bayar listrik, dan top up, namun semua informan atau karyawan PT. Daesang Internasional belum pernah melakukan investasi melalui *M-banking*. Hal ini menunjukkan bahwa layanan *M-Banking* yang digunakan dikalangan karyawan PT. Daesang Internasional baru sebatas penggunaan layanan pembelian dan pembayaran saja, belum menggunakan *M-Banking* sebagai sarana monitoring investasi.

Selanjutnya, minat karyawan PT. Daesang International menggunakan jasa *M- Banking* syariah masih minim, karena berdasarkan indikator perhatian dalam minat menggunakan *M-Banking* syariah, karyawan PT Daesang International mengetahui *M-Banking* syariah, akan tetapi belum memiliki *M-Banking* syariah, sehingga tidak mengetahui fitur-fitur yang terdapat pada *M-Banking* syariah. Indikator ketertarikan, karyawan PT Daesang International belum pernah mencari informasi layanan *M-Banking* syariah walaupun sebagian kecil tertarik menggunakan *M-Banking* syariah, akan tetapi sebagian kecil karyawan PT. Daesang International pernah mendapatkan ajakan dari rekan kerja untuk menggunakan layanan *M-Banking* syariah. Indikator keinginan, karyawan PT Daesang International tidak memiliki kebutuhan untuk menggunakan layanan *M-Banking* syariah, karena sudah menggunakan layanan *M-Banking* konvensional. Indikator keyakinan, sebagian kecil karyawan PT Daesang International memiliki motivasi untuk menggunakan layanan *M-Banking* syariah, supaya bisa menghindarkan diri dari transaksi riba, memiliki fitur islami yang lengkap, dan karyawan PT Daesang International tidak memiliki keraguan untuk menggunakan layanan *M-Banking* syariah. Secara keseluruhan karyawan PT Daesang

**JAMA (Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis), Volume 2, Nomor 1, Mei 2025**

<http://jurnal.forpti.or.id/index.php/jama/>

ISSN: [3062-8628](#) (Media Online), [3062-8636](#) (Media Cetak)

International mempunyai respon yang baik terhadap *M-Banking* syariah, akan tetapi butuh promosi dan sosialisasi layanan *M-Banking* syariah pihak bank syariah kepada karyawan PT Daesang International, supaya minat karyawan PT Daesang International semakin meningkat untuk menggunakan *M-Banking* syariah.

### SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai minat karyawan PT. Daesang International menggunakan layanan *M-Banking* syariah maka peneliti memberikan saran bagi lembaga keuangan untuk terus memberikan edukasi terkait sistem operasional bank syariah, keunggulan produk-produk yang disediakan bank syariah, serta keunggulan fitur apa saja yang ada di *M-Banking* syariah agar perusahaan yang ada di wilayah sekitar khususnya Desa Cikopo Kab. Purwakarta lebih mengenal bank syariah, bukan hanya sebatas bank yang tidak menggunakan riba, melainkan produk dan layanan yang mencerminkan syariah pun bisa dikenali oleh karyawan dan masyarakat setempat. Peluang minat menggunakan layanan *M-Banking* syariah dikalangan karyawan PT. Daesang International akan berubah menjadi lumayan tinggi jika jangkauan layanan dan fasilitas bank syariah lebih dekat. Adapun saran bagi karyawan PT. Daesang International diharapkan bisa menggunakan layanan *M-Banking* syariah, walaupun bukan dan tempat transfer gaji tempat bekerja. Produk dan fitur layanan *M-Banking* syariah saat ini sudah bisa bersaing dengan layanan bank pada umumnya, bisa melayani berbagai transaksi kekinian dan sudah *update*, seperti sudah terintegrasi dengan beberapa jenis *E-commerce*. Saran untuk PT. Daesang International karena mayoritas dari karyawan beragama Islam, maka tidak ada salahnya sistem penggajian bekerja sama dengan Bank Syariah sehingga banyak karyawan menggunakan *M-Banking* syariah dan untuk memperkuat reputasi perusahaan sebagai perusahaan yang peduli dengan kebutuhan karyawan yang beragama Islam. Selanjutnya, saran untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di PT. Daesang International Desa Cikopo Kab. Purwakarta bisa menggunakan meneliti minat karyawan PT. Daesang International menggunakan pendekatan kuantitatif, supaya mengetahui besaran pengaruh minat yang dihasilkan melalui penyandingan berbagai variabel bebas seperti variabel lokasi bank syariah, fitur *M-Banking* syariah, pelayanan *M-Banking* syariah, dan variabel bebas lainnya yang berkorelasi dengan *M-Banking* syariah.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adela. (2020a). Promosi dan Inovasi Produk Bank Syariah di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 150–165. <https://doi.org/10.1234/jes.2020.5.2.150>
- Adela, M. (2020b). *Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)*. IAIN Metro.
- Agusta, I. (2003). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi*, 27(10).
- Ainiyah, N., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh Motivasi Investasi Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Berinvestasi Di Reksadana Syariah Pada Generasi Z Kota Surabaya. **JAMA (Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis), Volume 2, Nomor 1, Mei 2025**

<http://jurnal.forpti.or.id/index.php/jama/>

ISSN: [3062-8628](https://doi.org/10.3062/8628) (Media Online), [3062-8636](https://doi.org/10.3062/8636) (Media Cetak)

*Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(2), 80–94.

- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis*, 5(2), 146–150.
- Aulia, R., & Aslami, N. (2023). Peran manajemen perubahan dalam menghadapi tantangan dan mengoptimalkan peluang di era digital. *Journal of Nusantara Economic Science*, 1(2), 65–72.
- Aveta Sari, W. (2022). *Analisis Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Transaksi Non Tunai Mahasiswa Perbankan Syariah*. Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno.
- Dermawan, A. (2018). *Peranan Bank Indonesia Dalam Kebijakan Pengedaran Uang Di Indonesia*. Universitas Islam Negeri Sumatea Utara Medan.
- Ika Lenaini. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39.
- Indriani, S., & others. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Penggunaan M-Banking (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Kejuruan Muda)*. UIN Ar-Raniry.
- J Noor. (2011). Metodologi Penelitian. In *Kencana Prenada Media Group*.
- Kirana, P. N., & Nurfauziah, N. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Penggunaan Layanan Fintech Pada Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1811–1833.
- Lailani, E. O., & Regina, T. (2021). Penggunaan mobile banking sebagai upaya memperlancar transaksi elektronik nasabah pada pt. bank rakyat indonesia (persero) tbk. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 10(01), 24–33.
- Maskanah, M. (2020). Minat Mahasiswa dalam Menghadiri Kegiatan Seminar Proposal di Sekolah Tinggi Agama Islam Auliaurasyidin Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir. *Asatiza*, 1(2), 248–262.
- Matondang, I. A. (2013). Udan Potir: Simbolik Ekologis Gordang Sambilan dan Lingkungan Alam. *Lakon: Jurnal Kajian Sastra Dan Budaya*, 2(1), 27–41.
- Megawati, S. (2021). Pengembangan sistem teknologi internet of things yang perlu dikembangkan negara indonesia. *JIEET (Journal of Information Engineering and Educational Technology)*, 5(1), 19–26.
- Miles, M. dan A. H. (n.d.). *Qualitative Data Analysis. A Sourcebook of New Methods*. SAGE.
- Mufidah, N. (2024). Buku Ajar Metodologi Penelitian. In *Jurusan Argonomi Dan Hortikultura Fakultas Pertanian Universitas Lampung (Issue January)*.
- Muhammad, F. B. (2023a). Keterjangkauan dan Kualitas Layanan ATM Bank Syariah: Analisis terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Perbankan Syariah*, 8(1), 45–60. <https://doi.org/10.5678/jps.2023.8.1.45>
- Muhammad, F. B. (2023b). *Perbandingan Direct Service Dan Digital Service Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Bandar Lampung)*. UIN RADEN INTAN LAMPUNG.
- Nasar, N. (2022). *Analisis Persepsi Dan Sikap Nasabah Terhadap Penggunaan Aplikasi Mobile JAMA (Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis), Volume 2, Nomor 1, Mei 2025*

<http://jurnal.forpti.or.id/index.php/jama/>

ISSN: [3062-8628](https://doi.org/10.3062/8628) (Media Online), [3062-8636](https://doi.org/10.3062/8636) (Media Cetak)

- Banking (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Bara Kota Palopo)*. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Ningsih, C. K. (2021). *Analisis faktor yang mempengaruhi minat Generasi Milenials dalam menggunakan Mobile Banking Syariah (Studi kasus Kelurahan Tejosari Kecamatan Metro Timur Kota Metro)*. IAIN Metro.
- Nugroho, M. A., Muhajang, T., & Budiana, S. (2020). Pengaruh minat belajar siswa terhadap hasil belajar mata pelajaran matematika. *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran Guru Sekolah Dasar (JPPGuseda)*, 3(1), 42–46.
- Nur, T., & others. (2024). Representasi kesenjangan sosial dalam novel Kami (bukan) Sarjana Kertas karya JS Khairen. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 29(1), 1–14.
- Nurchayani, I. D. (2022). *Digital Marketing Pengaruh Komunikasi Dan Brand Image Di Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(1), 177–187.
- Parastika, R., Sari, D. P., & Nugroho, A. (2021). Pangsa Pasar Bank Syariah di Indonesia: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 25(3), 300–315. <https://doi.org/10.1234/jkp.2021.25.3.300>
- Pauzia, R., Hardi, E. A., & Nofriza, E. (2022). Analisis Faktor Yang Memengaruhi Mahasiswa Bertransaksi Di Bank Syariah Dan Bank Konvensional (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Uin Sulthan Thaha Saifudin Jambi Tahun 2018-2020). *Akuntansi*, 1(3), 221–239.
- Pauzia, S., Rahman, A., & Suryani, T. (2022). Perbandingan Infrastruktur ATM Bank Syariah dan Konvensional di Indonesia. *Jurnal Manajemen Perbankan*, 7(2), 120–135. <https://doi.org/10.5678/jmp.2022.7.2.120>
- Putri, M. K. D. K. (2021). *Faktor Terhadap Minat Nasabah Tabungan Hijrah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Muamalat Pada Kantor Cabang Pembantu Nganjuk*. IAIN Ponorogo.
- Rahayu, I. S. (2016). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)(Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5(2), 137–150.
- Santi, W. D. (2021a). *Layanan jasa mobile banking pada nasabah BRI Syariah (BSI) Bengkulu*. IAIN Bengkulu.
- Santi, W. D. (2021b). Tantangan Registrasi dan Aktivasi M-Banking Syariah: Studi Kasus di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 13(1), 75–90. <https://doi.org/10.1234/jtik.2021.13.1.75>
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif* (Arita (ed.); 1st ed.). PT Grasindo.
- Septiana, U. (2021). *Analisis Persepsi Generasi Milenial Dalam Menggunakan M-Banking Pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Stabat*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Septianingrum, E. (2020). *Pengaruh Biaya Administrasi dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Dosen IAIN Metro di Perbankan Syariah (Studi Kasus IAIN Metro)*. IAIN Metro.

**JAMA (Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis), Volume 2, Nomor 1, Mei 2025**

<http://jurnal.forpti.or.id/index.php/jama/>

ISSN: [3062-8628](https://doi.org/10.3062-8628) (Media Online), [3062-8636](https://doi.org/10.3062-8636) (Media Cetak)

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, kuantitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); Edisi kedua, Issue september 2016).
- Wardani, K. D. K. A., Husna, B. L., & Supriyadinata, A. A. N. E. (2023). Peningkatan Literasi Uang Tidak Layak Edar (UTLE) kepada Generasi Z untuk Menunjang Stabilitas Perekonomian Indonesia. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 2879–2888.
- Wicaksono, M. B., Triwardhani, D., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan m-banking mandiri di Jakarta Selatan. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1090–1103.
- Yusran, M., & others. (2023). *Pengaruh Literasi Masyarakat Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Desa Mata Wolasi, Kabupaten Konawe Selatan)*. Iain Kendari.
- ZAZAT, R. R. (2022). *Pengaruh Internet Banking, M-Banking, Dan Atm Terhadap Minat Dan Kepuasan Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri*. UIN RADEN INTAN LAMPUNG.