E-ISSN: 3025-0994
Halaman 9570-9580
Volume 4 Nomor 3 Tahun 2026

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Karyawan Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah Di Kabupaten Sukabumi

Lisa Marisa[1], Imam Abdul Aziz[2], Sahlan Hasbi[3]

[1,2,3]Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Djuanda Bogor
e-mail: marisalisa1710@gmail.com

Abstrak

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia mendorong bank syariah untuk meningkatkan kualitas layanan agar mampu memenuhi kebutuhan masyarakat, khususnya karyawan sebagai salah satu segmen potensial pengguna produk perbankan syariah. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi karyawan dalam menggunakan produk bank syariah di Kabupaten Sukabumi. Variabel yang diuji meliputi literasi keuangan syariah, aksesibilitas informasi produk, kemudahan administrasi dan persyaratan produk, serta pemanfaatan teknologi dan digitalisasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal dengan metode survei. Sampel terdiri atas 100 karyawan yang ditentukan melalui purposive sampling. Data dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, uji parsial, uji simultan, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memiliki arah hubungan positif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi karyawan. Sebaliknya, aksesibilitas informasi produk, kemudahan administrasi dan persyaratan, serta pemanfaatan teknologi dan digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan. Aksesibilitas informasi produk menjadi faktor paling dominan dengan koefisien regresi sebesar 0,415. Secara simultan, keempat variabel berpengaruh signifikan dengan nilai R Square sebesar 0,600, yang berarti mampu menjelaskan 60% variasi preferensi karyawan. Temuan ini menegaskan pentingnya penyediaan informasi yang mudah diakses, penyederhanaan prosedur, penguatan layanan digital, dan edukasi literasi syariah untuk meningkatkan penggunaan produk bank syariah. Strategi tersebut diharapkan dapat memperkuat daya tarik layanan syariah bagi karyawan dengan kebutuhan transaksi yang praktis dan efisien.

Kata Kunci: Aksesibilitas Informasi, Kemudahan Administrasi, Literasi Keuangan Syariah, Pemanfaatan Teknologi Digitalisasi, Preferensi Karyawan.

Abstract

The development of the Islamic banking industry in Indonesia encourages Islamic banks to improve service quality in order to meet public needs, particularly employees as a potential segment of Islamic banking product users. This study aims to analyze the factors influencing employees' preferences in using Islamic banking products in Sukabumi Regency. The variables examined include Islamic financial literacy, product information accessibility, ease of administration and product requirements, and the utilization of technology and digitalization. The study employed a quantitative causal-associative approach using a survey method. The sample consisted of 100 employees selected through purposive sampling. Data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, partial tests, simultaneous tests, and the coefficient of determination. The results show that Islamic financial literacy has a positive relationship but does not significantly affect employee preferences. In contrast, product information accessibility, ease of administration and requirements, and the utilization of technology and digitalization have positive and significant

effects. Product information accessibility is the most dominant factor, with a regression coefficient of 0.415. Simultaneously, the four independent variables significantly affect employee preferences, with an R Square value of 0.600, indicating that they explain 60% of the variation in preferences. These findings emphasize the importance of accessible product information, simpler procedures, stronger digital services, and continuous Islamic financial literacy education to increase employees' use of Islamic banking products.

Keywords: *Employee Preference, Ease Of Administration, Islamic Financial Literacy, Product Information Accessibility, Technology And Digitalization Utilization.*

LATAR BELAKANG

Industri perbankan dan keuangan syariah memiliki peranan yang semakin penting dalam tatanan ekonomi global. Pertumbuhan berbagai institusi keuangan berbasis syariah mencerminkan kemajuan pesat sektor ini, di mana perbankan syariah memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian masyarakat melalui dorongan terhadap kegiatan ekonomi yang produktif (Apriyanti, 2019). Prinsip keadilan dan keseimbangan *('adl wa tawazun),* kemaslahatan (maslahah), serta larangan riba, gharar, dan maysir menjadi landasan fundamental yang membedakan perbankan syariah dari perbankan konvensional (Darman, 2019).

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan, aset perbankan syariah di Indonesia tumbuh dari Rp608,89 triliun pada 2020 menjadi Rp967,33 triliun pada Juni 2025. Meskipun demikian, pangsa pasar keuangan syariah nasional baru mencapai 11,47%, dengan sektor perbankan syariah hanya menyumbang *market share* sebesar 7,41% dari total aset perbankan nasional. Kondisi ini menunjukkan bahwa pertumbuhan perbankan syariah belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan penggunaan produk bank syariah oleh masyarakat. Penelitian terdahulu turut menegaskan bahwa penetrasi dan orientasi nasabah terhadap perbankan syariah di Indonesia masih tergolong rendah, dan konsumen cenderung bertahan pada bank konvensional karena faktor kebiasaan, persepsi risiko, dan keterikatan pada layanan yang sudah ada (Nugraha et al., 2022).

Karyawan merupakan segmen potensial dalam kajian preferensi perbankan karena memiliki pendapatan tetap dan relatif mudah dijangkau melalui saluran distribusi formal seperti sistem penggajian (Augustine et al., 2022). Namun demikian, preferensi karyawan dalam menggunakan produk bank syariah masih menunjukkan kondisi yang beragam dan belum optimal. Preferensi konsumen sendiri dipahami sebagai kecenderungan hati atau pilihan seseorang terhadap suatu produk dibandingkan alternatif lain, yang dipengaruhi oleh faktor *internal* maupun *eksternal* individu (Ummah et al., 2025; Permana et al., 2025).

Kajian mengenai preferensi nasabah terhadap perbankan syariah juga dapat dipahami melalui *Theory of Planned Behavior (TPB),* yang menjelaskan bahwa perilaku individu, termasuk keputusan menggunakan produk keuangan tertentu, dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, serta persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 1991). Dalam konteks ini, tingkat literasi dan pemahaman terhadap produk syariah membentuk sikap, kemudahan memperoleh informasi serta pengaruh lingkungan sosial membentuk norma subjektif, sedangkan kemudahan administrasi dan ketersediaan teknologi digital mencerminkan persepsi kontrol perilaku yang dirasakan nasabah dalam menggunakan layanan tersebut. Kerangka ini memberikan landasan konseptual bahwa preferensi karyawan terhadap produk bank syariah tidak terbentuk dari satu aspek tunggal, melainkan interaksi antara pengetahuan, kemudahan, dan dukungan lingkungan sekitar.

Sejumlah faktor turut membentuk preferensi tersebut. Literasi keuangan syariah, sebagai pemahaman mengenai konsep dan mekanisme produk keuangan syariah, diyakini mendorong pengambilan keputusan keuangan yang lebih tepat (Tulasmi & Mukti, 2020), sekalipun rendahnya literasi dapat menjadi hambatan dalam meningkatkan minat penggunaan produk bank syariah (Putri et al., 2023). Aksesibilitas informasi produk, yang tercermin dari

kemudahan memperoleh informasi dan melakukan transaksi, turut membentuk tingkat pemahaman dan ketertarikan karyawan terhadap layanan syariah (Saleh & Syarifuddin, 2023). Selain itu, kemudahan administrasi dan persyaratan produk berkaitan dengan kesederhanaan prosedur dan kecepatan layanan yang menjadi pertimbangan penting bagi karyawan dengan aktivitas kerja padat (Ayu & Rahmawati, 2023; Amin et al., 2011). Pemanfaatan teknologi dan digitalisasi, seperti layanan mobile banking, juga menjadi faktor yang semakin menentukan pilihan nasabah di tengah perkembangan gaya hidup digital (Masyruroh et al., 2025).

Persaingan antarlembaga perbankan yang semakin intens turut mendorong bank, termasuk bank syariah, untuk mengembangkan sarana dan prasarana, berinovasi pada produk, serta meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah (Sutrisno, 2016). Ketersediaan berbagai kemudahan dan fasilitas tersebut memberikan keleluasaan bagi nasabah, termasuk karyawan, dalam menentukan pilihan layanan perbankan yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Di sisi lain, kompleksitas kebutuhan transaksi keuangan karyawan menuntut bank syariah untuk tidak hanya menonjolkan kesesuaian nilai-nilai syariah, tetapi juga aspek fungsional dan rasional seperti kemudahan, kecepatan, dan efisiensi layanan (Amin et al., 2011).

Kesenjangan antara pesatnya pertumbuhan kelembagaan perbankan syariah dan masih rendahnya tingkat penetrasi produk pada segmen karyawan menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor apa yang paling berperan dalam membentuk preferensi kelompok ini. Tanpa pemahaman yang menyeluruh terhadap faktor-faktor dominan tersebut, bank syariah berisiko menghadapi ketidakseimbangan antara pertumbuhan kelembagaan dan tingkat pemanfaatan produk oleh segmen karyawan, yang pada akhirnya dapat menghambat upaya perluasan pangsa pasar keuangan syariah secara nasional.

Meskipun keempat faktor tersebut secara teoretis berpotensi memengaruhi preferensi karyawan, penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruhnya secara simultan pada segmen karyawan di wilayah dengan basis industri padat karya seperti Kabupaten Sukabumi masih terbatas. Kabupaten Sukabumi memiliki jumlah tenaga kerja yang besar dan tersebar di berbagai perusahaan manufaktur, garmen, serta makanan dan minuman, sehingga menjadi lokasi yang relevan untuk mengkaji preferensi perbankan syariah pada segmen karyawan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dirumuskan untuk menjawab pertanyaan: apakah literasi keuangan syariah, aksesibilitas informasi produk, kemudahan administrasi dan persyaratan produk, serta pemanfaatan teknologi dan digitalisasi berpengaruh terhadap preferensi karyawan dalam menggunakan produk bank syariah, baik secara parsial maupun simultan. Sejalan dengan rumusan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, aksesibilitas informasi produk, kemudahan administrasi dan persyaratan produk, serta pemanfaatan teknologi dan digitalisasi terhadap preferensi karyawan dalam menggunakan produk bank syariah di Kabupaten Sukabumi, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai faktor yang paling dominan membentuk preferensi karyawan, sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi bank syariah dalam merancang strategi edukasi, penyediaan informasi, penyederhanaan administrasi, dan pengembangan layanan digital yang lebih tepat sasaran.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal *(explanatory research)* dengan metode survei, yaitu pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden untuk mengetahui pengaruh antarvariabel melalui pengujian hipotesis secara statistik (Sugiyono, 2023). Penelitian dilaksanakan di wilayah Kabupaten Sukabumi, dengan mempertimbangkan wilayah tersebut memiliki populasi tenaga kerja yang besar pada sektor manufaktur, garmen, serta makanan dan minuman.

Populasi penelitian adalah karyawan perusahaan di Kabupaten Sukabumi yang berjumlah 1.404.426 orang (Badan Pusat Statistik Kabupaten Sukabumi, 2024). Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan *margin of error* 10%. Perhitungan tersebut

menghasilkan ukuran sampel minimum sebesar 99,99 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*.
Disebarkan kepada 100 responden, sedangkan data sekunder digunakan untuk memperkuat landasan teori dan pembahasan, serta membandingkan hasil penelitian dengan penelitian terdahulu yang relevan. Sebelum digunakan untuk pengujian hipotesis, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Selanjutnya, model regresi diuji kelayakannya melalui uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, serta uji heteroskedastisitas. Setelah asumsi klasik terpenuhi, dilakukan analisis regresi linier erganda untuk mengetahui arah dan besaran pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t), serta uji simultan (uji F) dan terakhir, uji koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN HASIL

A. Karakteristik Responden

Responden penelitian berjumlah 100 karyawan yang bekerja di berbagai perusahaan di Kabupaten Sukabumi. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, lama bekerja dan penggunaan produk bank syariah, disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	25	25%
	Perempuan	75	75%
Usia	20–25 tahun	66	66%
	26–30 tahun	19	19%
	31–35 tahun	8	8%
	> 35 tahun	7	7%
Pendidikan Terakhir	SMA/SMK	68	68%
	Diploma	8	8%
	S1	24	24%
Lama Bekerja	< 1 tahun	17	17%
	1–3 tahun	43	43%
	4–6 tahun	22	22%
	> 6 tahun	18	18%
Penggunaan Produk Bank Syariah	Ya	95	95%
	Tidak	5	5%

Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (75%) dan berada pada rentang usia produktif 20–25 tahun (66%), dengan latar belakang pendidikan terakhir SMA/SMK (68%), masa kerja 1–3 tahun (43%) serta status penggunaan produk bank syariah 95 (95%). Profil ini konsisten dengan karakteristik tenaga kerja di sektor manufaktur dan garmen yang mendominasi lapangan kerja di Kabupaten Sukabumi, mengingat sebagian besar perusahaan di wilayah tersebut bergerak pada industri garmen serta makanan dan minuman yang banyak menyerap tenaga kerja usia muda dengan latar belakang pendidikan menengah.

B. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data

pada setiap variabel penelitian yang meliputi literasi keuangan syariah, aksesibilitas informasi produk, kemudahan administrasi dan persyaratan, pemanfaatan teknologi dan digitalisasi, serta preferensi karyawan dalam menggunakan produk bank syariah. Hasil analisis deskriptif disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Analisis Dekriptif

Variabel	N	Minimun	Maksimum	Mean	Std. Deviation

Literasi Keuangan Syariah (X1)	100	8	20	16,72	2,719
Aksesibilitas Informasi Produk (X2)	100	17	25	21,03	2,213
Kemudahan Administrasi & Persyaratan (X3)	100	15	25	21,10	2,939
Pemanfaatan Teknologi & Digitalisasi (X4)	100	14	25	21,20	3,120
Preferensi Karyawan (Y)	100	15	25	20,91	2,796

Berdasarkan Tabel 2, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki jumlah responden sebanyak 100 orang. Variabel literasi keuangan syariah (X_1) memperoleh nilai rata-rata sebesar 16,72 dengan standar deviasi 2,719, aksesibilitas informasi produk (X_2) sebesar 21,03 dengan standar deviasi 2,213, kemudahan administrasi dan persyaratan (X_3) sebesar 21,10 dengan standar deviasi 2,939, pemanfaatan teknologi dan digitalisasi (X_4) sebesar 21,20 dengan standar deviasi 3,120, serta preferensi karyawan (Y) sebesar 20,91 dengan standar deviasi 2,796. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang baik terhadap aksesibilitas informasi produk, kemudahan administrasi, dan pemanfaatan teknologi digital, sehingga secara umum preferensi karyawan dalam menggunakan produk bank syariah di Kabupaten Sukabumi juga berada pada kategori yang baik.

C. Uji Validitas dan Reliabilitas

Ringkasan hasil kedua pengujian disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Ringkasan Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Rentang r-hitung	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	0,730 – 0,842	0,806	Valid & Reliabel
Aksesibilitas Informasi Produk (X2)	0,490 – 0,749	0,614	Valid & Reliabel
Kemudahan Administrasi & Persyaratan (X3)	0,791 – 0,818	0,862	Valid & Reliabel
Pemanfaatan Teknologi & Digitalisasi (X4)	0,784 – 0,833	0,864	Valid & Reliabel
Preferensi Karyawan (Y)	0,679 – 0,805	0,774	Valid & Reliabel

Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item pernyataan pada kelima variabel memiliki nilai r-hitung lebih besar daripada r-tabel (0,361), sehingga dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas juga menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

D. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik menunjukkan model regresi telah memenuhi syarat analisis. Uji normalitas Kolmogorov–Smirnov menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,200 (> 0,05), yang berarti data residual berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai VIF pada seluruh variabel independen berada pada rentang 1,006 hingga 2,786, jauh di bawah ambang batas 10, dengan nilai tolerance di atas 0,10, sehingga tidak terjadi multikolinearitas antarvariabel bebas. Uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser menunjukkan seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi di atas 0,05, yang mengindikasikan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model.

E. Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis

Hasil pengujian parsial (uji t) dan simultan (uji F) disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji t

Variabel	B	Std. Error	Beta	t hitung	Sig.	Keterangan
(Constant)	0,422	2,145	-	0,197	0,845	-
Literasi Keuangan Syariah (X1)	0,069	0,067	0,068	1,037	0,302	Tidak Signifikan
Aksesibilitas Informasi Produk (X2)	0,415	0,117	0,328	3,553	0,001	Signifikan
Kemudahan Administrasi & Persyaratan (X3)	0,267	0,098	0,281	2,729	0,008	Signifikan
Pemanfaatan Teknologi & Digitalisasi (X4)	0,234	0,097	0,261	2,409	0,018	Signifikan

Hasil analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan Y = 0,422 + 0,069X1 + 0,415X2 + 0,267X3 + 0,234X4 + e. Nilai konstanta sebesar 0,422 menunjukkan bahwa apabila keempat variabel independen dianggap konstan, preferensi karyawan berada pada nilai dasar tersebut. Seluruh koefisien regresi bernilai positif, yang berarti peningkatan pada masingmasing variabel independen berasosiasi dengan peningkatan preferensi karyawan dalam menggunakan produk bank syariah.

Tabel 5. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
Regression	464,138	4	116,035	35,553	,000[b]
Residual	310,052	95	3,264		
Total	774,190	99			

Berdasarkan Tabel 5, hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa model regresi memperoleh nilai Fhitung sebesar 35,553 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 (0,000 < 0,05), sehingga H_0 ditolak dan H_5 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah, aksesibilitas informasi produk, kemudahan administrasi dan persyaratan, serta pemanfaatan teknologi dan digitalisasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap preferensi karyawan dalam menggunakan produk bank syariah di Kabupaten Sukabumi. Hasil ini menunjukkan bahwa kombinasi keempat variabel independen mampu menjelaskan variasi preferensi karyawan dalam memilih produk bank syariah, sehingga model regresi yang digunakan dinilai layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian.

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,744[a]	,600	,583	1,807

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh nilai R Square sebesar 0,600, yang menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah, aksesibilitas informasi produk, kemudahan administrasi dan persyaratan, serta pemanfaatan teknologi dan digitalisasi mampu menjelaskan 60,0% variasi preferensi karyawan dalam menggunakan produk bank syariah, sedangkan 40,0% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,583 menunjukkan bahwa model regresi memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan variasi preferensi karyawan setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan sampel penelitian.

PEMBAHASAN

Secara parsial, variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) memiliki arah hubungan positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi karyawan (t hitung 1,037 < t tabel

1,985; Sig. 0,302 > 0,05), sehingga H1 ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman karyawan mengenai prinsip dan produk perbankan syariah belum menjadi faktor utama dalam menentukan preferensi mereka, sejalan dengan temuan Saptasari & Aji (2020) bahwa kesadaran dan penggunaan produk syariah belum sepenuhnya merata meskipun pengetahuan masyarakat terhadapnya cukup memadai.

Variabel Aksesibilitas Informasi Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi karyawan (t hitung 3,553 > t tabel 1,985; Sig. 0,001 < 0,05), dengan koefisien regresi terbesar di antara variabel lainnya (0,415), sehingga menjadi variabel yang paling dominan pengaruhnya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah karyawan memperoleh informasi produk bank syariah melalui media digital maupun petugas bank, semakin tinggi pula preferensi mereka untuk menggunakan produk tersebut, sejalan dengan Saleh & Syarifuddin (2023) yang menegaskan peran aksesibilitas informasi dalam membentuk preferensi perbankan syariah.

Variabel Kemudahan Administrasi dan Persyaratan (X3) juga berpengaruh positif dan signifikan (t hitung 2,729 > t tabel 1,985; Sig. 0,008 < 0,05). Prosedur pembukaan rekening yang sederhana, kelengkapan dokumen yang mudah dipenuhi, serta kecepatan proses layanan menjadi pertimbangan penting bagi karyawan yang memiliki keterbatasan waktu, sejalan dengan temuan Ayu & Rahmawati (2023) mengenai pentingnya kemudahan administrasi dalam pemanfaatan produk perbankan syariah.

Variabel Pemanfaatan Teknologi dan Digitalisasi (X4) juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan (t hitung 2,409 > t tabel 1,985; Sig. 0,018 < 0,05). Ketersediaan layanan *mobile banking*, kemudahan transaksi digital, dan keamanan sistem menjadi faktor yang meningkatkan ketertarikan karyawan terhadap produk bank syariah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Masyruroh et al. (2025) yang menemukan bahwa digitalisasi layanan perbankan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah, mengingat layanan yang praktis dan efisien telah menjadi kebutuhan bagi kalangan pekerja.

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 35,553 lebih besar daripada F tabel 2,47 dengan signifikansi 0,000 (< 0,05), yang berarti literasi keuangan syariah, aksesibilitas informasi produk, kemudahan administrasi dan persyaratan, serta pemanfaatan teknologi dan digitalisasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap preferensi karyawan, sehingga H5 diterima. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,600 menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan 60% variasi preferensi karyawan, sedangkan sisanya sebesar 40% dijelaskan oleh variabel lain di luar model, seperti religiusitas, kualitas pelayanan, kepercayaan, maupun citra bank.

Temuan ini menunjukkan bahwa preferensi karyawan terhadap produk bank syariah merupakan hasil kombinasi berbagai faktor yang saling melengkapi, bukan ditentukan oleh satu variabel tunggal. Literasi keuangan syariah memberikan pemahaman mengenai prinsip dan produk perbankan syariah, aksesibilitas informasi produk memudahkan karyawan memperoleh informasi yang jelas dan terpercaya, kemudahan administrasi dan persyaratan memberikan kenyamanan dalam bertransaksi, sedangkan pemanfaatan teknologi dan digitalisasi meningkatkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi transaksi. Oleh karena itu, meskipun secara parsial literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan, keberadaannya tetap menjadi bagian dari model yang secara keseluruhan mampu menjelaskan preferensi karyawan.

Tidak signifikannya pengaruh literasi keuangan syariah secara parsial dapat dipahami dari karakteristik responden penelitian ini, yang mayoritas berpendidikan SMA/SMK dengan masa kerja relatif singkat (1–3 tahun). Pada kelompok tersebut, keputusan menggunakan produk perbankan cenderung lebih dipengaruhi oleh pertimbangan praktis, seperti kemudahan

mengakses informasi, kesederhanaan prosedur, dan kepraktisan layanan digital, dibandingkan pemahaman mendalam mengenai prinsip-prinsip syariah. Kondisi ini sejalan dengan pandangan bahwa peningkatan literasi keuangan syariah memerlukan waktu dan intervensi edukasi yang berkelanjutan sebelum dampaknya secara signifikan tercermin pada perilaku memilih produk keuangan (Sadiah & Puspa, 2024).

Dominannya pengaruh aksesibilitas informasi produk memberikan implikasi praktis bahwa strategi pemasaran bank syariah kepada segmen karyawan sebaiknya diprioritaskan pada penyediaan kanal informasi yang mudah dijangkau, seperti media sosial, aplikasi digital, maupun sosialisasi langsung di lingkungan kerja atau melalui kerja sama dengan bagian sumber daya manusia perusahaan. Pendekatan ini dinilai lebih efektif dibandingkan strategi yang semata-mata menonjolkan aspek keagamaan atau kepatuhan syariah, mengingat karakteristik responden yang sebagian besar merupakan pekerja dengan orientasi kebutuhan fungsional yang tinggi.

Implikasinya, bank syariah perlu melakukan upaya yang menyeluruh, yaitu memperluas edukasi literasi keuangan syariah melalui program yang berkelanjutan dan mudah diakses, mempermudah akses informasi produk melalui berbagai kanal digital maupun konvensional, menyederhanakan prosedur administrasi dan persyaratan produk, serta terus mengembangkan layanan digital yang inovatif, aman, dan mudah digunakan. Dengan strategi yang saling melengkapi tersebut, bank syariah berpotensi meningkatkan preferensi karyawan, khususnya pada wilayah dengan basis tenaga kerja industri seperti Kabupaten Sukabumi, sekaligus memperkuat pangsa pasar keuangan syariah secara nasional.

Dalam konteks yang lebih luas, temuan ini juga relevan dengan upaya Otoritas Jasa Keuangan dalam mendorong akselerasi pangsa pasar keuangan syariah nasional yang saat ini masih berada pada kisaran 11,47%. Mengingat karyawan merupakan segmen dengan pendapatan tetap dan jumlah populasi yang besar, strategi penetrasi pasar yang berfokus pada kemudahan akses informasi, penyederhanaan administrasi, dan penguatan layanan digital berpotensi memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan penggunaan produk bank syariah secara nasional, tidak terbatas pada wilayah Kabupaten Sukabumi semata. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian serta menambahkan variabel lain di luar model, seperti religiusitas, kualitas pelayanan, kepercayaan, dan citra bank (brand image), mengingat variabel-variabel dalam penelitian ini baru mampu menjelaskan 60% variasi preferensi karyawan.

SIMPULAN

Aksesibilitas informasi produk, kemudahan administrasi dan persyaratan, serta pemanfaatan teknologi dan digitalisasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi karyawan dalam menggunakan produk bank syariah di Kabupaten Sukabumi, dengan aksesibilitas informasi sebagai faktor paling dominan. Literasi keuangan syariah berhubungan positif namun tidak signifikan secara parsial. Secara simultan, keempat variabel berpengaruh signifikan dan menjelaskan 60% variasi preferensi karyawan. Bank syariah disarankan memperluas edukasi literasi keuangan syariah, mempermudah akses informasi, menyederhanakan administrasi, serta mengembangkan layanan digital guna meningkatkan preferensi karyawan menggunakan produk bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179–211.

Amin, H., Rahim Abdul Rahman, A., Laison Sondoh, S., & Magdalene Chooi Hwa, A. (2011).

Apriyanti, H. W. (2019). Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia : Analisis

Augustine, A. K., Sunaryo, A. C., & Firmansyah, Y. 2022. Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen, 2(1), 147–156.

Ayu, N., & Rahmawati, Y. 2023. Pengaruh Kualitas Produk dan Biaya Administrasi Tabungan Easy Wadiah Terhadap Kepuasan Karyawan Pada Bank Syariah Indonesia. WADIAH:

Jurnal Perbankan Syariah, 7(2), 192–214.
Budiana., Pratama, G., Nurkhafifah, A., Komara, F. C., Khamdani., Sari, P. M., Islamia, R., & Wati, S. S. 2022. Aksesbilitas Informasi Dalam Menumbuhkan Minat Menabung. Ecobankers: Journal of Economy Banking, 3, 126.
Damanik, A. K., & Trimurni, F. (2025). Religion Education Social Laa Roiba Journal. *Reslaj*, *7*, 804–813. https://doi.org/10.47476/reslaj.v7i12.10206
Dasma Hendra, A., & Riyaldi, R. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Dalam Memilih Tabungan Wadi'Ah Di Pt.Bank Riau Kepri Syariah Capem Siak Lubuk Dalam. *MBISKU: Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, *1*(1), 50–59. https://doi.org/10.56633/mbisku.v1i1.625
Determinants of customers' intention to use Islamic personal financing: The case of Malaysian Islamic banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, *2*(1), 22–42. https://doi.org/10.1108/17590811111129490
ElEcosy : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam, *1*(1), 89. https://doi.org/10.35194/eeki.v1i1.1139
Fahmeyzan, D., Soraya, S., & Etmy, D. 2018. Uji Normalitas Data Statistik. Jurnal VARIAN, 2(1), 31–36.
Haniah, N. (2013). Uji Normalitas Dengan Metode Liliefors. *Statistika Pendidikan*, *1*, 1–17. http://statistikapendidikan.com
Harahap, A. U. N., & Anggraini, T. (2023). Pengaruh Kemudahan Akses Pembiyaan, Sosialisasi Produk Dan Literasi Nasabah Terhadap Eksistensi Bank Syariah Indonesia (BSI) di Pedesaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *9*(1), 1153–1158. https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/8347
Herawati, E., Sakdiah, K., & Zaki, A. (2024). JEKSya Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah.
Heryanto, T. (2021). Program Pemeliharaan Karyawan Dalam Mencapai Tujuan Institusi.
Janna, N. M., & Herianto. 2021. Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS. Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI), 18(1), 1–12.
JEKSya Jurnal, *3*(2), 285–297. https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya
Magfiroh, S., Ansori, S., & Khomsiyatun, U. (2022). Konsep Maslahah dan Tinjauan Preferensi Konsumsi Islami pada Bulan Ramadhan di Indonesia. *Jurnal Penelitian Agama*, *23*(1), 109–124. https://doi.org/10.24090/jpa.v23i1.2022.pp109-124
Masyruroh, N. I., Amin, M., & Taqwiem, A. 2025. Pengaruh Penggunaan Teknologi Digital, Literasi Keuangan Syariah, dan Kemudahan Terhadap Preferensi Nasabah dalam Memilih Produk Pembiayaan (Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta). Warta Ekonomi, 8(2), 1–10.
Nugraha, K., Arief, M., Abdinagoro, S. B., & Heriyati, P. 2022. Factors Influencing Bank Customers' Orientations toward Islamic Banks: Indonesian Banking Perspective. Sustainability, 14(19).
Peluang Dan Tantangan. *Maksimum*, *7*(1), 16. https://doi.org/10.26714/mki.7.1.2017.1623
Permana, E., Prasetia, M. R. P., Falah, M. R., & Wijaya, A. M. 2025. Analisis Keputusan Pembelian Konsumen saat Live Shopping pada Platform TikTok Produk Fashion. Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan, 2(2), 497–507.
Putri, N., Nurul, M., Mufti, A. H., & Rabiatul, A. 2023. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Persepsi Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance, 6(1).
Quranomic: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, *3*(2), 25–43. https://jurnalannur.ac.id/index.php/quranomic
Sadiah, M., & Puspa, D. A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Digital Marketing Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Generasi Z Pada Bank Syariah.
Saleh, M., & Syarifuddin, M. 2023. Aksesibilitas Informasi dan Pengetahuan Masyarakat Towani Tolotang Terhadap Produk, Fitur Produk dan Preferensi Perbankan Syariah di Kota Parepare. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 5(1), 12–33.
Saptasari, K., & Aji, H. M. 2020. Factors affecting Muslim non-customers to use Islamic bank:

Religiosity, knowledge, and perceived quality. Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam, 6(2), 165–180.

Siregar, S. 2020. Analisis Risiko dalam Perbankan Syariah: Tantangan dan Solusi. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, 12(1), 56–72.

Siswajhanty, F., Putra, R. M., Suci, L., Yulinsa, L., Putra, F. K., & Mahendra, H. P. 2023. Penerapan Prinsip Ekonomi Syariah dalam Perbankan Syariah di Indonesia. Jurnal Pendidikan Tambusai, 7(2), 6320–6329.

Supriadi., & Ismawati. 2020. Implementasi Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah. Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 3(1), 41–50.

Tulasmi., & Mukti, T. 2020. Peran Pegadaian Syariah dalam Literasi Keuangan Syariah. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(2), 239–245.

Ummah, N., Arafah, M., & Darwis, R. H. (2025). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Preferensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Customer Tokonushop Bone). *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, *5*(1), 64–76. https://doi.org/10.47709/jebma.v5i1.5641

Utami, Y. 2023. Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah. Jurnal Sains Dan Teknologi, 4(2), 21–24.