

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT NASABAH PADA TABUNGAN IB HIJRAH HAJI
PADA BANK MUAMALAT INDONESIA
(KANTOR CABANG PEMBANTU MADIUN)**

SKRIPSI



Oleh:

Eka Nur Fransiska Putri

NIM 402190202

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2023

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
NASABAH PADA TABUNGAN IB HIJRAH HAJI PADA BANK
MUAMALAT INDONESIA
KANTOR CABANG PEMBANTU MADIUN

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana (S-1)



oleh:

Eka Nur Fransiska Putri

NIM. 402190202

Pembimbing:

Ruliq Suryaningsih, M.Pd.

NIDN. 2020068801

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2023

ABSTRAK

Nur Fransiska Putri, Eka. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Tabungan iB Hijrah Haji Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun. *Skripsi*. 2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Dosen Pembimbing: Ruliq Suryaningsih, M.Pd.

Kata kunci: Minat, Tabungan, Strategi.

Bank Muamalat KCP Madiun telah melakukan promosinya di KBIH, melalui agen travel dan juga memposting penawaran melalui *website* agen travel tersebut, Bank Muamalat juga mempromosikan produk iB Hijrah Haji di pondok pesantren dan juga tokoh masyarakat kemudian juga melakukan promosinya di kemenag. Akan tetapi walaupun sudah melakukan promosi dan kerja sama dengan berbagai pihak yang bersangkutan, peminat produk iB Hijrah Haji setiap tahunnya selalu mengalami penurunan. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada produk tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Madiun. (2) kendala dalam meningkatkan nasabah pada tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Madiun. (3) Strategi yang dilakukan terkait kendala dalam meningkatkan nasabah tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Madiun

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilaksanakan dengan dua orang pihak Bank Muamalat KCP Madiun dan enam nasabah Tabungan Haji. Kemudian untuk sumber data yang digunakan peneliti adalah dengan teknik pengecekan keabsahan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Faktor-faktor yang paling mempengaruhi minat nasabah ialah faktor budaya dari segi agama, faktor sosial dari segi kelompok referensi, keluarga, dan peran sosial, faktor pribadi dari segi usia dan keadaan ekonomi, faktor psikologi dari motivasi dan pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat KCP Madiun. 2) kendala internal yang terdapat di BMI KCP Madiun ialah terbatasnya kantor cabang dan kurangnya SDM. Kemudian untuk kendala eksternal yang terdapat di BMI KCP Madiun ialah banyaknya pesaing dari bank syariah lainnya kemudian juga adanya wabah *Covid-19* pada tahun 2020-2021 yang menyebabkan penurunan yang signifikan. 3) Strategi yang dilakukan BMI KCP Madiun terkait kendala internal memberikan fasilitas alternatif berupa mobil *branch*, akan menambah *marketing* untuk memasarkan produk tabungan haji. Strategi kendala eksternal di BMI KCP Madiun terkait banyaknya pesaing dengan bank syariah lainnya BMI KCP Madiun membuat program berupa haji muda dari BPKH, kemudian *ujroh* atau fee buat per referal porsi haji, kemudian nasabah yang lansia yang tidak bisa berangkat haji dananya digunakan untuk umrah.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

No.	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1.	Eka Nur Fransiska Putri	402190202	Perbankan Syariah	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Pada Produk Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 4 Oktober 2023

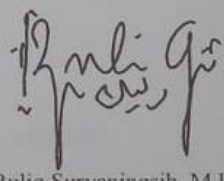
Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Muhradin Amri, M.S.Ak
NIP.198907102018011001

Menyetujui,



Ruliq Suryaningsih, M.Pd.
NIDN 2020068801



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PONOROGO FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo


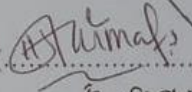
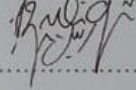
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi sebagai berikut:

Judul : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada
Tabungan IB Hijrah Haji pada Bank Muamalat Kantor Cabang
Pembantu Madiun.
Nama : Eka Nur Fransiska Putri
NIM : 402190202
Jurusan : Perbankan Syariah

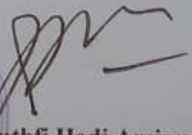
Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan penguji:

Ketua Sidang	:	
Dr. Hj. Ely Masykuroh, M.Si.		(.....)
NIP 197202111999032003		
Penguji I	:	
Nurma Fitrianna, M. SM.		(.....)
NIP 198908062019032018		
Penguji II	:	
Ruliq Suryaningsih, M.Pd.		(.....)
NIDN 2020068801		

Ponorogo, 18 Oktober 2023
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

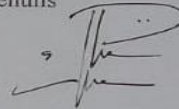
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eka Nur Fransiska Putri
NIM : 402190202
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi/Tesis : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Tabungan IB Hijrah Haji pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Madiun.

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 31 Oktober 2023
Penulis



Eka Nur Fransiska Putri

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eka Nur Fransiska Putri

NIM : 402190202

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Analisis Faktr-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Produk Tabungan iB
Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Madiun

Secara leseluruhan adalah hasil peneliian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 4 Oktober 2023

Pembuat Pernyataan,



Eka Nur Fransiska Putri

NIM 402190202

DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
ABSTRAK.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I_PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat.....	8
E. Studi Penelitian Terdahulu.....	9
F. Metode Penelitian.....	18
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	18
2. Kehadiran Peneliti.....	19
3. Lokasi atau Tempat Penelitian.....	19
4. Data dan Sumber Data.....	20
5. Teknik Pengumpulan Data.....	21
6. Teknik Pengolahan Data.....	21
7. Teknik Analisis Data.....	22
8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	23
G. Sistematika Pembahasan.....	24
BAB II_FAKTOR-FAKTOR MINAT NASABAH, KENDALA, DAN STRATEGI BANK PADA TABUNGAN iB HIJRAH HAJI.....	26

A. Minat Nasabah	26
1. Pengertian Minat Nasabah	26
2. Indikator Minat Nasabah.....	28
3. Minat Menjadi Nasabah	29
4. Macam-macam Minat	31
5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah.....	32
B. Kendala	39
C. Strategi Bank	40
D. Tabungan iB Hijrah Haji	41
1. Definisi Tabungan iB Hijrah Haji	41
2. Syarat Pembukaan Tabungan iB Hijrah Haji	41
BAB III FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH PADA TABUNGAN IB HIJRAH HAJI	43
A. Gambaran Umum Di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun	43
B. DATA	51
1. Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Tabungan iB Hijrah Haji di BMI KCP Madiun.....	51
2. Kendala dalam Meningkatkan Minat Nasabah pada Tabungan iB Hijrah Haji di BMI KCP Madiun.....	61
3. Strategi yang dilakukan BMI KCP Madiun untuk Menyelesaikan Kendala pada Produk Tabungan iB Hijrah Haji	64
BAB IV ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH PADA TABUNGAN IB HIJRAH HAJI	67
A. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Tabungan iB Hijrah Haji	67
B. Analisis Kendala yang ditemui dalam Meningkatkan Minat Nasabah pada Tabungan iB Hijrah Haji	76
C. Analisis Strategi Bank untuk Menghadapi Kendala dalam Meningkatkan Minat Nasabah pada Tabungan iB Hijrah Haji	77
BAB V PENUTUP	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Undang-undang No. 21 Tahun 2008 terkait perbankan syariah dinyatakan ialah bank yang melaksanakan aktivitas Bank dengan menganut prinsip syariah. Akan halnya bank syariah ialah sebuah badan keuangandimana memiliki tugas menjadi media (*Financial Intermediary*), ialah mengelola dana yang diperoleh dari nasabah dimana jumlah pendapatan lebih besar (*Surplus*) dan memanifestasikan lagi kepada nasabah yang membutuhkan dana (*Deficit*).¹

Pertumbuhan bank tidak terlepas dari daya tarik nasabah yang semakin bertambah di bank tersebut, sebab nasabah merupakan sebuah indikasi keberhasilan dalam perkembangan suatu bank. Indonesia memiliki pertumbuhan ekonomi yang terus meningkat sehingga yang menjadi salah satu penyebabnya yaitu banyaknya masyarakat muslim Indonesia yang mendaftarkan haji. berdasarkan informasi Kementrian Agama pada tahun 2019 di Indonesia ditetapkan kuota sejumlah 221.000 jemaah haji, tidak hanya pada tahun tersebut, pada tahun 2022 indonesia juga mendapat kuota haji sebesar 100.51 jemaah haji. Jumlah ini hanya sekitar 46% dari kuota normal yang diberikan pada tahun-tahun sebelumnya. Namun pada tahun 2020 dan 2021 indonesia tidak mendapat kuota haji karena adanya pandemi *Covid-19* yang terjadi di beberapa negara termasuk arab Saudi sendiri. Kemudian pada tahun

¹Muhamad, *Manajemen Dan Bank Syariah*, (Yogyakarta:Ekonesia, 2004), 43.

2023 untuk kuota haji ditetapkan sejumlah 221.000 jemaah haji sudah kembali normal seperti tahun sebelum pandemi *Covid-19*.²

Abdul Rahman dan Muhib Abdul berpendapat bahwa minat merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Sehingga ketika seseorang memiliki keinginan terhadap sesuatu maka disitulah terkadang seseorang berupaya untuk memiliki atau meraih sesuatu yang sudah menjadi keinginannya.³

Adapun Faktor-faktor yang mempengaruhi minat yaitu: faktor budaya, faktor sosial yang terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peran sosial, faktor pribadi yang terdiri dari usia, keadaan ekonomi, kepribadian dan gaya hidup, faktor psikologi yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, dan keyakinan. Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah dapat disimpulkan bahwa faktor yang paling mempengaruhi minat nasabah adalah faktor budaya dari segi agama, faktor sosial dari segi kelompok referensi, keluarga, dan peran sosial, selanjutnya faktor pribadi dari segi usia dan keadaan ekonomi, dan faktor psikologi dari motivasi dan pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat KCP Madiun.⁴

² Kemenag, "Proyeksi Pertumbuhan Waitinglist Jemaah Haji," dalam haji.kemenag.go.id, (diakses pada tanggal 23 Agustus 2023, jam 16.28).

³ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), 263.

⁴ Saida Zainurossalamia, *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi* (NTB: Forum Pemuda Aswaja, 2020), 52.

Menurut Hansen dan Mowen jenis kendala dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu kendala internal yang merupakan faktor-faktor yang menjadi penghambat lembaga yang ditemui di dalam lembaga itu sendiri.⁵ Berdasarkan hasil wawancara dengan *Customer Service* dari Bank Muamalat KCP Madiun kendala internal yang dihadapi adalah terbatasnya kantor cabang dan kurang maksimalnya pada proses promosi.⁶ Kemudian kendala eksternal adalah faktor-faktor yang menjadi penghambat suatu lembaga yang timbul dari luar lembaga tersebut.⁷ Berdasarkan hasil wawancara dengan *Branch Manager* Bank Muamalat KCP Madiun kendala eksternal yang dihadapi ialah banyaknya pesaing dari bank syariah lainnya kemudian juga adanya wabah *covid-19* pada tahun 2020-2021 yang menyebabkan penurunan yang signifikan.

Strategi adalah ilmu merencanakan dan mengarahkan operasi bisnis skala besar, mengerahkan seluruh sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan. John A. Byrne mendefinisikan strategi sebagai pola mendasar dari tujuan yang sedang berlangsung dan direncanakan, penyebaran sumber daya, dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor lingkungan.⁸ Berdasarkan hasil wawancara dengan *Branch Manager* Bank Muamalat KCP Madiun bahwa strategi yang dilakukan Bank dalam menghadapi kendala yang terjadi ialah memberikan fasilitas alternative berupa mobil *branch* yang hadir di setiap kemenag kabupaten atau kota, menambahkan

⁵Hansen dan Mowen, *Manajemen Biaya: Akuntansi dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 606.

⁶Fahira, *wawancara*, 13 September 2023.

⁷Ibid.,

⁸ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2010), hal. 29.

marketing untuk memasarkan produk tabungan haji, kemudian juga membuat program haji muda dari BPKH.⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Devi Antika Sari menyimpulkan bahwa yang mempengaruhi minat nasabah pada produk tabungan haji di BPRS Metro Madani KCP Kalirejo ialah faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal dipengaruhi dari keinginan yang tumbuh dari dalam diri (kepribadian), motivasi, agama, pengalaman dan kepercayaan. Kemudian faktor eksternal dipengaruhi oleh keluarga, lingkungan, pelayanan, profit sharing, lokasi dan promosi yang dilakukan pihak BPRS Metro Madani KC. Kalirejo Lampung Tengah.¹⁰

Bank Muamalat Indonesia yang merupakan pionir berdirinya bank syariah di Indonesia, produk tabungannya ada yang menggunakan akad *wadi'ah* dan akad *mudharabah*. Seperti yang sudah tertera dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No.02/DSN-MUI/IV/2000 terkait tabungan. Didalam fatwa tersebut tabungan dibagi menjadi dua yaitu:

1. Tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah, yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga.
2. Tabungan yang dibenarkan yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadi'ah*.¹¹

⁹Affandi, wawancara, 29 September 2023.

¹⁰Devi Antika Sari, "Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Tabungan Haji Studi Pada BPRS Metro Madani KC. Kalirejo," Skripsi (Metro: IAIN Metro, 2018), 68.

¹¹Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 76.

Di Bank Muamalat Indonesia salah satu produk tabungan yang menggunakan akad *wadi'ah* adalah Tabungan iB Hijrah Haji, produk ini diharapkan masyarakat dapat mempermudah dalam melaksanakan ibadah ke *baitullah*. Nasabah dapat mengajukan pendaftaran haji pada bank melalui pembukaan rekening. Adapun persyaratan untuk pembukaan rekening Tabungan Haji adalah memberikan kartu identitas nasabah yang mendaftar serta dalam ketentuannya ada batas minimal dana yang harus dipenuhi nasabah supaya nasabah dapat dipastikan mendapat kursi untuk menunaikan ibadah haji melalui SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) yang terhubung langsung oleh Kementerian Agama.¹²

Produk Tabungan iB Hijrah Haji bersifat perorangan dan dapat diperuntukan atas nama anak (dibawah 17 tahun). Akad yang digunakan pada Tabungan iB Hijrah Haji adalah akad *wadi'ah* atau simpanan yg dimana akad tersebut memberi keuntungan kepada nasabah karena tidak adanya pengurangan biaya dari dana yang disetorkan selain itu Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun memberi keringanan bagi masyarakat luas yang ingin membuka rekening tabungan haji yaitu memberikan alternatif diantaranya apabila calon nasabah ingin menabung terlebih dahulu maka dari pihak bank mengarahkan untuk membuka rekening tabungan haji dengan setoran awal menyesuaikan dari kondisi calon nasabah tersebut namun apabila calon nasabah langsung menyetorkan uang senilai Rp. 25.000.000,00 maka nasabah

¹²Bank Muamalat, "Tabungan iB Hijrah Haji," dalam [.bankmuamalat.tabungan/tabungan-ib-hijrah-haji](#), (diakses pada tanggal 4 mei 2023, jam 7.33).

akan langsung mendaftar dan mendapatkan porsi keberangkatan (RTJH langsung ke pemerintah) .¹³

Bank Muamalat selama ini telah melakukan promosinya di KBIH, melalui agen travel dan juga memposting penawaran melalui *website* agen travel tersebut, Bank Muamalat juga mempromosikan produk iB Hijrah Haji di pondok pesantren dan juga tokoh masyarakat kemudian juga melakukan promosinya di kemenag kota dan kabupaten. Akan tetapi walaupun sudah melakukan promosi dan kerja sama dengan berbagai pihak yang bersangkutan untuk peminat produk iB Hijrah Haji setiap tahunnya selalu mengalami penurunan. Bank Muamalat Madiun juga sedang melakukan beberapa hal yang akan dikerjasamakan pembiayaan dengan pihak ketiga yang bisa menambah jumlah nasabah iB Hijrah Haji di Bank Muamalat, karena kebanyakan nasabah sekarang memilih umroh terutama yan lansia karena dapat langsung berangkat tanpa ada daftar tunggunya.¹⁴

Tabel 1. 1
Jumlah Nasabah Tabungan iB Hijrah Haji

Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022
575	195	171	158

Sumber Wawancara Pimpinan BMI KCP Madiun

Dengan melihat Tabel diatas dapat diketahui bawasannya minat nasabah Tabungan Haji untuk setiap tahunnya mengalami penurunan. Terlebih untuk daftar tunggu ibadah haji mencapai 11 tahun masa tunggu atau bahkan

¹³Affandi Sophia Wijaya, *Wawancara*, 11 April 2023

¹⁴ Affandi Sophia Wijaya, *Wawancara* 13 Juni 2023

lebih yang seharusnya membuat umat muslim untuk mempersiapkan ibadah haji dengan cara membuka tabungan haji.¹⁵ Berdasarkan latar belakang dan pemaparan data diatas, maka penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut terkait minat nasabah terhadap Tabungan iB Hijrah Haji dengan judul **“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Produk Tabungan iB Hijrah Haji pada Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun”**.

B. Rumusan Masalah

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah pada Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun?
2. Kendala apa yang ditemui dalam meningkatkan minat nasabah pada Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun?
3. Bagaimana strategi bank untuk menghadapi kendala dalam meningkatkan minat nasabah pada Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.

¹⁵ Affandi Sophia Wijaya, *Wawancara*, 11 April 2023

2. Untuk mengetahui dan menganalisis kendala yang ditemui dalam meningkatkan minat nasabah pada Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis upaya bank untuk menghadapi kendala dalam meningkatkan minat nasabah pada Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.

D. Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Praktis

Secara praktis penulis mempunyai manfaat besar dalam rangka mengetahui Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Produk Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun. Harapan penulis hasil penelitian ini menjadi bahan masukan bagi Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun dan lembaga keuangan syariah lainnya.

2. Manfaat Teoritis

a. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan juga bisa menambah khasanah akademik yang berguna untuk mengembangkan suatu ilmu.

b. Bagi Lembaga Keuangan

Sebagai masukan dan bahan diskusi kegiatan usaha dan kreativitas kolaboratif dalam memulai dan mengembangkan usaha untuk kepentingan kesejahteraan ekonomi dan sosial. Penelitian ini dapat

mengukur kinerja bank syariah dalam melayani masyarakat dan dapat menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan pencapaian tujuan.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan berguna untuk dijadikan referensi tambahan bagi peneliti berikutnya

E. Studi Penelitian Terdahulu

Fokus penelitian ini penulis menggunakan referensi yang relevan dan juga menggunakan skripsi dan jurnal terdahulu untuk menghindari adanya kemiripan atau kesamaan baik dari segi topik dan juga fokus permasalahan:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Devi Antika Sari yang berjudul “Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Tabungan Haji Studi Pada BPRS Metro Madani KC. Kalirejo”. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan hasil penelitian yang dapat disimpulkan bahwa yang mempengaruhi adanya minat pada salah satu produk tabungan haji BPRS Metro Madani KC. Kalirejo yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal dipengaruhi dari keinginan yang tumbuh dari dalam diri (kepribadian), motivasi, agama, pengalaman dan kepercayaan. Kemudian faktor eksternal dipengaruhi oleh keluarga, lingkungan, pelayanan, profit sharing, lokasi dan promosi yang dilakukan pihak BPRS Metro Madani KC. Kalirejo Lampung Tengah.¹⁶ Perbedaan penelitian tersebut terletak pada lokasi penelitiannya. Persamaan dalam penelitian adalah menggunakan metode penelitian kualitatif

¹⁶ Devi Antika Sari, “Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Tabungan Haji Studi Pada BPRS Metro Madani KC. Kalirejo,” Skripsi (Metro: IAIN Metro, 2018), 68.

dan juga fokus masalahnya yakni mengenai minat nasabah terhadap produk tabungan haji .

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Wisnu Wardana yang berjudul, “Minat Masyarakat Terhadap Produk ar-Rum Haji Pegadaian (Studi Kasus di Kota Parepare)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa 48% dari 50 responden menyatakan tertarik dan 40% dari 50 responden menyatakan sangat tertarik terhadap produk ar-Rum Haji Pegadaian.¹⁷ Perbedaan penelitian tersebut terletak pada metode penelitian yang digunakan, dan lokasi penelitiannya. Persamaan dalam penelitian fokus masalahnya yakni sama-sama membahas mengenai minat nasabah terhadap produk haji .

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Yeyen Priyanti yang berjudul “Analisis Mekanisme Penghimpunan Dana Tabungan Haji Dengan Akad Wadi’ah Pada BSI KCP Palembang Merdeka”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan hasil penelitian penelitian ini memperlihatkan Akad *wadi’ah* yang digunakan untuk melakukan penghimpunan dana juga sangat membantu nasabah dalam menentukan untuk menabung haji di BSI KCP PALMER, dengan adanya produk tabungan haji di BSI ini tentunya dengan menggunakan akad *wadi’ah* sebagai acuan nya maka banyak hal yang bisa didapatkan oleh nasabah itu sendiri.¹⁸ Perbedaan

¹⁷ Wisnu Wardana, “Minat Masyarakat Terhadap Produk ar-Rum Haji Pegadaian” ,*Skripsi*(Parepare: IAIN Parepare, 2018), 101.

¹⁸ Yeyen Priyanti, “Analisis Mekanisme Penghimpunan Dana Tabungan Haji Dengan Akad Wadi’ah Pada BSI KCP Palembang Merdeka,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, Volume 1, Nomor 2, (2021), 282.

penelitian ini yakni lokasi penelitian yang berbeda. Sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah dalam penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif .

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Arief Dharma Laksana yang berjudul, "Peran Marketing dalam Meningkatkan Tabungan Haji (Study Pada KSPPS BMT Artha Buana Pusat Kota Metro)". Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan hasil penelitian peran marketing dalam meningkatkan tabungan haji di KSPPS BMT Artha Buana Pusat Kota Metro dapat dilihat dari tugas dan strategi marketing yang di terapkan. Tugas marketing yaitu: riset pemasaran, promosi, dan penjualan.¹⁹ Perbedaan penelitian ini yakni tempat penelitian dan fokus penelitian yang bereda dimana pada penelitian terdahulu berfokus pada peran marketing guna meningkatkan tabungan haji sedangkan pada penelitian yang akan diteliti berfokus pada faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada produk haji. Sedangkan persamaan dari penelitian ini sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif.

Kelima, penelitian oleh Erwin Safrudin, yang berjudul "Pemasaran Tabungan ib Hijrah Haji untuk Menarik Minat Masyarakat pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Za pagar Alam Bandar Lampung". Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Muamalat

¹⁹ Arief Dharma Laksana, "Peran Marketing dalam Meningkatkan Tabungan Haji (Study Pada KSPPS BMT Artha Buana Pusat Kota Metro)," *Skripsi* (Metro: IAIN Metro, 2019), 79.

Indonesia Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung yaitu menggunakan bauran pemasaran yang terdiri atas 6P yaitu: Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*), Orang (*People*), dan Proses (*Proces*).²⁰ Perbedaan penelitian ini yakni lokasi penelitian dan tahun dilakukannya penelitian. Sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah jenis penelitian yang digunakan menggunakan jenis penelitian kualitatif kemudian penelitian fokus masalahnya yakni sama-sama membahas mengenai minat nasabah terhadap produk haji.

Keenam, penelitian oleh LikaAnnisa, Nurma Sari, Eka Nurlina yang berjudul “Analisis Faktor Pendorong Minat Nasabah dalam Memilih Tabungan Haji di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, Dengan hasil penelitian didapatkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, sosial, promosi, dan pengetahuan berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan haji di Bank Syariah Mandiri Aceh.²¹ Perbedaan penelitian ini yakni lokasi penelitian dan metode yang digunakan, yakni metode kuantitatif. Sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah dalam penelitian ini fokus masalahnya yakni sama-sama membahas mengenai faktor-faktor meningkatkan minat nasabah pada tabungan haji.

²⁰ Erwin Safrudin, “Pemasaran Tabungan ib Hijrah Haji untuk Menarik Minat Masyarakat pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Za pagar Alam Bandar Lampung,” *Skripsi* (Metro: IAIN Metro, 2020), 57.

²¹ LikaAnnisa, Nurma Sari, Eka Nurlina, “Analisis Faktor Pendorong Minat Nasabah dalam Memilih Tabungan Haji di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Volume 6, Nomor 2, (2021), 138.

Ketujuh, penelitian oleh Muhamad Juaini Hariri yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji di Koperasi Tani Syari’ah Bina Usaha di Desa Pendem Kecamatan Janapria Lombok Tengah”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan hasil penelitian ini menemukan bahwa strategi pemasarannya menggunakan Promosi melalui cerita warga setempat dan dilakukan dari mulut kemulut.²² Perbedaan penelitian ini yakni lokasi penelitian dan tahun dilakukannya penelitian. Sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah jenis penelitian yang digunakan menggunakan jenis penelitian kualitatif kemudian penelitian fokus masalahnya yakni sama-sama membahas mengenai minat nasabah terhadap produk haji.

Kedelapan, penelitian oleh Novia Ianaini, dengan judul “Analisis Strategi Bank dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji ib di Bank Mega Syariah KC Mataram” Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan hasil penelitian menggambarkan strategi yang digunakan Bank Mega Syariah KC Mataram dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan haji ib mayoritas menggunakan *personal selling*, *door to door* serta melakukan kegiatan penawaran produk tabungan haji melalui media offline dan online.²³

Kesembilan, penelitian oleh Maulidia Zulfa Rahmannisa yang berjudul, “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan

²² Muhamad Juaini Hariri, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji di Koperasi Tani Syari’ah Bina Usaha di Desa Pendem Kecamatan Janapria Lombok Tengah,” *Skripsi* (Mataram: UIN Mataram, 2019), 69.

²³ Novia Isnaini, “Analisis Strategi Bank dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji ib di Bank Mega Syariah KC Mataram,” *Skripsi* (Mataram: UIN Mataram, 2022), 78.

Tasya Haji Baitullah”Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan iB Tasya Haji Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus bahwa Strategi pemasarannya menggunakan konsep bauran pemasaran yang terdiri dari 4P (*Product, price, place, promotion*) dan menggunakan strategi pemasaran STP (*segmentasi, targeting, positioning*).²⁴Perbedaan penelitian ini yakni lokasi penelitian dan tahun dilakukannya penelitian. Sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah jenis penelitian yang digunakan menggunakan jenis penelitian kualitatif kemudian penelitian fokus masalahnya yakni sama-sama membahas mengenai minat nasabah terhadap produk haji.

Kesepuluh, penelitian oleh Maya Reakiah Putri yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada PT. BANK BNI SYARIAH Palu”, dalam pengumpulan data, digunakan metode *library research* dan jenis penelitian kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian strategi pemasaran yang dilakukan Bank BNI Syariah Palu khususnya pada produk tabungan haji yaitu dengan menggunakan pasar yang dituju yaitu menggunakan strategi marketing mix atau bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur yaitu produk, harga, distribusi dan promosi.²⁵Perbedaan penelitian ini yakni lokasi penelitian dan tahun dilakukannya penelitian. Sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah jenis penelitian yang digunakan menggunakan jenis penelitian kualitatif

²⁴ Maulidia Zulfa Rahmannisa, “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Tasya Haji Baitullah,” *Skripsi* (Metro: IAIN Metro, 2018), 60.

²⁵ Maya Reakiah Putri, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada PT. Bank BNI Syariah Palu,” *Skripsi* (Palu: IAIN Palu, 2020), 60.

kemudian penelitian fokus masalahnya yakni sama-sama membahas mengenai minat nasabah terhadap produk haji.

Kesebelas, penelitian oleh Ardi yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Pembantu Tomoni”, metode penelitian yang digunakan ialah kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian ini strategi pemasaran yang dilakukan BNI Syariah Cabang pembantu Tomoni pada produk tabungan haji dengan menggunakan pasar yang dituju yaitu dengan cara Mensegmen pasar, Menarget Pasar dan Posisi BNI Syariah.²⁶ Perbedaan penelitian ini yakni lokasi penelitian dan tahun dilakukannya penelitian. Sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah jenis penelitian yang digunakan menggunakan jenis penelitian kualitatif kemudian penelitian fokus masalahnya yakni sama-sama membahas mengenai minat nasabah terhadap produk haji.

Kedua belas, penelitian oleh Wasifa Ihatul Omi yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji iB Bank Syariah KC MATARAM di Masa Pandemi Covid-19”, metode penelitian yang digunakan peneliti ialah jenis penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam memasarkan produk Tabungan Haji iB Bank Mega Syariah KC Mataram melakukan segmentasi, penetapan harga, memberikan fasilitas dan jemput bola. Selain itu Bank Mega Syariah KC Mataram juga menggabungkan elemen-elemen dalam pemasaran yaitu 4P (*product, price, place dan promotion*).²⁷ Perbedaan

²⁶ Ardi, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Pembantu Tomoni,” *Skripsi* (Palopo: IAIN Palopo, 2019), 65.

²⁷ Wasifa Ihatul Omi, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji iB Bank Syariah KC Mataram di Masa Pandemi Covid-19,” *Skripsi* (Mataram: UIN Mataram, 2022), 66.

penelitian ini yakni lokasi penelitian dan tahun dilakukannya penelitian. Sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah jenis penelitian yang digunakan menggunakan jenis penelitian kualitatif kemudian penelitian fokus masalahnya yakni sama-sama membahas mengenai minat nasabah terhadap produk haji.

Ketiga belas, penelitian oleh Nuryadi Akbar yang berjudul “Tinjauan Terhadap Pemasaran pada Tabungan Haji dalam Akad Mudharabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Sudirman, Bogor). Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian ini, bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Sudirman Bogor menggunakan target pasar yang dituju yaitu segmentasi khusus pada segi daerah atau wilayah, segi usia, dan segi status nasabah.²⁸ Perbedaan penelitian ini yakni lokasi penelitian dan tahun dilakukannya penelitian. Sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah jenis penelitian yang digunakan menggunakan jenis penelitian kualitatif kemudian penelitian fokus masalahnya yakni sama-sama membahas mengenai minat nasabah terhadap produk haji.

Keempat belas, penelitian oleh Abdul Rachman, Arie Haura dkk, berjudul “Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji dan Umrah IB pada BTN KCPS Tangerang”. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Hasil penelitian ini

²⁸ Nuryadi Akbar, “Tinjauan Terhadap Pemasaran pada Tabungan Haji dalam Akad Mudharabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Sudirman, Bogor,” *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Volume 3, Nomor 1, (2019), 81.

menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran Syariah yang dilakukan oleh BTN KCPS Tangerang dapat meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Haji & Umrah iB yaitu sebesar 27% dari jumlah sebelumnya sebanyak 43 nasabah pada tahun 2019 menjadi 55 nasabah pada tahun 2020.²⁹ Perbedaan penelitian ini yakni lokasi penelitian dan tahun dilakukannya penelitian. Sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah jenis penelitian yang digunakan menggunakan jenis penelitian kualitatif kemudian penelitian fokus masalahnya yakni sama-sama membahas mengenai minat nasabah terhadap produk haji.

Kelima belas, penelitian oleh Habibulloh yang berjudul “Strategi Pemasaran pada Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Rogojampi”. Metode penelitian yang digunakan ialah kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk tabungan haji adalah dengan memanfaatkan momen di akhir layanan seperti cross selling, dor to door terkait produk tabungan haji.³⁰ Perbedaan penelitian ini yakni lokasi penelitian dan tahun dilakukannya penelitian. Sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah jenis penelitian yang digunakan menggunakan jenis penelitian kualitatif kemudian penelitian fokus masalahnya yakni sama-sama membahas mengenai minat nasabah terhadap produk haji.

Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis antara lain:

²⁹ Abdul Rachman, Arie Haura, “Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji dan Umrah IB pada BTN KCPS Tangerang,” *Madani Syariah: Jurnal Pemikiran Perbankan Syariah*, Volume 5, Nomor 1, (2022), 85.

³⁰ Habibulloh, “Strategi Pemasaran pada Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Rogojampi,” *Ribhuna: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, Volume 1 Nomor 1(2022), 35.

1. Dari segi lokasi penelitian, memiliki perbedaan lokasi akan mempengaruhi karakteristik dan permasalahan setiap penelitian yang akan berbeda-beda.
2. Pada penelitian ini terdapat rumusan masalah terkait kendala bank dalam meningkatkan minat nasabah pada produk tabungan haji sedangkan pada penelitian terdahulu tidak menayakan terkait kendala yang dialami oleh bank.
3. Dari segi topik pembahasan, pada penelitian terdahulu penulis memiliki pembahasan terkait bagaimna strategi pemasaran yang dilakukan bank terhadap produknya.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

a. Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan penelitian yang digunakan yaitu secara kualitatif. Pendekatan kualitatif ini merupakan salah satu metode penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung analisis. Pendekatan kualitatif ini bermaksud untuk memberikan penilaian untuk menghasilkan data deskriptif berupa lisan ataupun kata-kata yang tertulis dari objek yang diamati.³¹

b. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu penelitian lapangan (*field research*) dimana data yang dicari diperoleh secara langsung pada

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 9.

lokasi yang dipilih untuk penelitian yaitu Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.³²

2. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti ialah hal terpenting dalam penelitian kualitatif. Menurut Moleong pada penelitian kualitatif, peneliti sendiri merupakan alat untuk memperoleh data utama. Peneliti merupakan instrumen yang penting sebagai alat guna pengumpulan data. Oleh sebab itu peneliti diharuskan terlibat didalam orang-orang yang diteliti sampai pada tahap keterbukaan antara kedua pihak.³³ Pada penelitian ini peneliti ikut serta kelapangan dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan.

3. Lokasi atau Tempat Penelitian

Berhubungan dengan letak yang digunakan untuk proses penelitian, oleh karena itu peneliti menentukan letak yang digunakan untuk penelitian di Bank Muamalat KCP Madiun. Lokasi Bank Muamalat Madiun yaitu, Jl. Kolonel Marhadi No.20, Pangongangan, Kec. Manguharjo, Kota Madiun, Jawa Timur 63129, Indonesia. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut dikarenakan terdapat berbagai alasan yaitu karena BMI KCP Madiun memiliki lokasi yang strategis dekat dengan pusat perbelanjaan, dan juga sekolah kemudian BMI KCP Madiun adalah lembaga keuangan yang berbasis syariah di Madiun. Selain itu pada BMI KCP Madiun memiliki produk Tabungan iB Hijrah Haji yang nasabahnya mengalami penurunan

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 207.

³³ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), 85.

dari tahun ke tahun.³⁴Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di BMI KCP Madiun dalam meningkatkan minat nasabah pada produk tabungan haji.

4. Data dan Sumber Data

a. Data

Pada penelitian ini, data yang digali mengenai:

- 1) Data terkait faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada Tabungan iB Hijrah Haji pada Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.
- 2) Data tentang kendala yang ditemui dalam meningkatkan minat nasabah pada tabungan Tabungan iB Hijrah Haji pada Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.
- 3) Data tentang upaya bank untuk menghadapi kendala dalam meningkatkan minat nasabah pada Tabungan iB Hijrah Haji pada Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.

b. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian kualitatif ini berasal dari wawancara, yang kemudian dicatat/ditulis bisa juga melalui perekaman audio, dan pengambilan foto atau video. Penelitian ini menggunakan jenis data primer, dimana data primer ini diperoleh langsung dari sumbernya oleh peneliti yang akan melakukan penelitian sehingga data ini tidak melalui perantara.³⁵ Dalam diperoleh dengan menggunakan wawancara langsung

³⁴Affandi, *wawancara*, 12 April 2023.

³⁵ Bagja Waluya, *Sosiologi (menyelami fenomena sosial di masyarakat untuk kelas XII menengah ke atas/Madrasah aliyah program ilmu pengetahuan sosial*. (Bandung: PT Setia Purna

dengan tujuh informan seperti Affandi Shopia Wijay selaku pimpinan dari Bank Muamalat KCP Madiun, Fahira selaku CS Bank Muamalat KCP Madiun, dan lima nasabah Tabungan iB Hijrah Haji.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian kualitatif deskriptif penulis dalam mencari informasi yang diperlukan dengan cara wawancara dan dokumentasi. Secara umum dalam penelitian kualitatif deskriptif memiliki beberapa teknik survey, yaitu wawancara dilakukan dengan pihak informan yang tidak lain ialah Pimpinan dari Bank Muamalat Madiun kemudian *Customer Service*, dan nasabah dari Bank Muamalat KCP Madiun. Wawancara pada penelitian ini adalah wawancara yang intens, yaitu wawancara yang dilaksanakan dengan langsung pada narasumber atau dengan terstruktur *group discussion*, menyesuaikan dengan narasumber.³⁶

6. Teknik Pengolahan Data

a. Reduksi Data

Reduksi data bisa diartikan sebagai kegiatan dalam pemilihan dan penyederhanaan data yang berupa catatan-catatan yang diperoleh dari hasil wawancara di lapangan.³⁷ Data tersebut yang memberikan informasi, gambaran yang akan mempermudah peneliti dalam pengumpulan data dan juga mencari tambahan data.

Inves, 2007), 87.

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 231

³⁷ M. Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: AR-Ruzz Media, 2012), 485.

b. Penyajian Data

Data yang telah disusun kemudian data disampaikan. Data tersebut kemudian akan disajikan untuk mempermudah peneliti guna menafsirkan hal yang berlangsung dilapangan kemudian menjadi bahan untuk proses perencanaan selanjutnya berdasarkan hasil pemahaman peneliti.³⁸ Pada penelitian ini informasi yang diberikan dengan jensi teks naratif yang kemudian dijabarkan dengan singkat mengenai bagaimana optimalisasi Bank Muamalat KCP Madiun dalam meningkatkan minat nasabahnya terhadap produk Tabungan iB Hijrah Haji.

7. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang penulis gunakan adalah metode kualitatif, pembahasannya diawali dengan menggunakan teori-teori yang bersifat umum kemudian dikemukakan dengan fenomena yang bersifat khusus.³⁹ Yaitu dengan cara menelaah kejadian yang ada di lapangan selanjutnya dianalisis dan ditarik kesimpulan. Dalam hal ini, setelah mengumpulkan data dari hasil kajian, selanjutnya penulis melakukan analisis tentang faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada produk Tabungan haji di Bank Muamalat KCP Madiun.

³⁸ Ibid., 486.

³⁹ Anton Bakker & Achmad Charris Zubair, *Metode Penelitian Filsafat*, (Yogyakarta: Kanisius, 1990), 83.

8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data merupakan tahapan yang tidak dapat dipisahkan dalam penelitian kualitatif. Teknik yang digunakan penulis untuk menguji keabsahan data yaitu teknik triangulasi. Triangulasi dibagi menjadi tiga yaitu sumber, data, dan waktu yang merupakan salah satu pendekatan yang dilakukan penulis untuk menggali dan melakukan teknik pengolahan data kualitatif. Dalam pengolahan data kualitatif, sebagaimana diketahui peneliti itu sendiri instrumen utamanya. Peneliti harus memahami dengan baik sehingga didapatkan keabsahan tingkat tinggi jika didekati dari berbagai sudut pandang. Melihat adanya fenomena tunggal dengan sudut pandang yang berbeda-beda akan memungkinkan memperoleh tingkat keabsahan yang handal..⁴⁰

Peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber data. Pada teknik ini peneliti menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Sumber yang diambil yaitu dari arsip, dokumen tertulis, gambar atau foto dan observasi. Selain itu, peneliti juga memperoleh data untuk menguji keabsahan dengan menggunakan teknik triangulasi sumber data ini yaitu diantaranya dengan menjadikan *Branch Manager* dan *Customer service* sebagai tolak ukurnya. Tentu dengan menggunakan masing-masing cara tersebut dapat menghasilkan tingkat kebenaran atau keabsahan yang handal.

⁴⁰ Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2013), 330.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, guna mendapatkan pembahasan dan penafsiran, penulis merangkum sebuah sistematika pembahasan yang mencakup menjadi 5 (lima) bab, dimana antara bab satu dengan bab yang lainnya memiliki ketrikatan, dan terdapat satu kesatuan utuh dan tidak bisa dipisahkan. Oleh karena itu akan terligat adanya sistematika yang runtut antar bab, mengenai sistematika pembahasannya ialah sebagai berikut:

Bab I pendahuluan, pada bab ini memaparkan terkait pendahuluan yang menjadi dasar dari apa yang sedang dibahas, penelitian ini juga mencakup beberapa aspek yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian, dan juga sistematika pembahasan.

Bab II kajian teori, bab ini memaparkan terkait kajian teori yang memuat adanya pengertian minat, pengertian nasabah, indikator minat nasabah, minat menjadi nasabah, macam-macam minat, selanjutnya ada faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah, dan juga tabungan ib hijrah haji.

Bab III paparan data, pada bab ini mengulas terkait pemaparan data yang terdapat pada penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Produk Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.” Pemaparan data tersebut berhubungan dengan rumusan masalah yang termuat pada bab pertama.

Bab IV pembahasan/analisis, pada bab ini menjelaskan tentang penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah

pada Produk Tabungan iB Hijrah Haji Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun.” Analisis data sama seperti dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan pada bab pertama.

Bab V penutup, bab ini ialah bagian terakhir dari keseluruhan pembahasan skripsi yang memuat kesimpulan dan saran.



BAB II

FAKTOR-FAKTOR MINAT NASABAH, KENDALA, DAN STRATEGI BANK PADA TABUNGAN iB HIJRAH HAJI

A. Minat Nasabah

1. Pengertian Minat Nasabah

Minat ialah dimana konsumen tertarik untuk mencari informasi terkait inovasi terhadap barang dan jasa.¹ Abdul Rahman dan Muhib Abdul berpendapat bahwa minat merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Sehingga ketika seseorang memiliki keinginan terhadap sesuatu maka disitulah terkadang seseorang berupaya untuk memiliki atau meraih sesuatu yang sudah menjadi keinginannya. Dengan demikian maka diartikan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Selain itu dapat timbul karena adanya motivasi seseorang yang tinggi untuk melakukan sesuatu yang diinginkan.²

Konsumen atau nasabah ialah seseorang atau sekelompok orang yang membeli suatu produk untuk digunakan sendiri dan tidak untuk dijual

¹ Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlan, 2008), 357.

² Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), 263.

kembali, atau disebut pengecer atau distributor. Pada saat ini bukan lagi menjadi rahasia bahwa sebenarnya konsumen adalah raja, oleh karena itu sebagai produsen yang memiliki prinsip *holistic marketing* sudah seharusnya memperhatikan semua yang menjadi hak-hak konsumen.

Konsumen dapat diartikan sebagai siapa saja yang berkepentingan dengan produk layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Konsumen atau nasabah dapat berupa individu (perorangan), pemerintah, maupun swasta. Konsumen atau nasabah merupakan salah satu indikator keberhasilan maju atau tidaknya suatu perusahaan. Namun seringkali perusahaan mengabaikan konsumen, konsumen hanya dianggap sebagai “sapi perah” dalam menghasilkan keuntungan perusahaan tanpa berupaya untuk memberikan pelayanan prima kepada mereka.

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang memiliki rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang bisa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank. Dengan kata lain nasabah adalah pihak atau orang yang menggunakan dan secara sengaja menjadi langganan bank yang dipercayainya.³

Dalam memahami mengenai apa yang dipikirkan oleh nasabah ada beberapa hal yang harus dipahami terlebih dahulu:

- a. Memahami tujuan-tujuan dan sasaran-sasaran yang ingin dicapai atau didapatkan oleh nasabah.

³ M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta.2010), 189.

- b. Memahami cara mereka membuat peringkat dan memprioritaskan tujuan dan sasaran tersebut.
- c. Mengetahui apa yang bisa dilakukan dengan produk yang akan ditawarkan untuk membantu merealisasikan tujuan dan sasaran tersebut.
- d. Mengusulkan rencana bagaimana atau caranya supaya dapat membantu mereka untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul antara mereka dan cara mencapai tujuan-tujuan tersebut.⁴

2. Indikator Minat Nasabah

Minat nasabah dapat dipersepsikan dengan indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Minat Tradisional, adalah hasrat seseorang untuk mempunyai atau membeli sebuah produk.
- b. Minat Refrensial, adalah antusiasme seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat Preferensial, adalah minat yang menggambarkan tingkah laku seseorang yang memiliki preferensi yang berkualitas pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika apabila terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- d. Minat Eksploratif, adalah minat yang menggambarkan tingkah laku seseorang yang selalu mencari informasi untuk memperlihatkan sisi positif dari produk tersebut.⁵

⁴ Ibid., 190-191.

⁵ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro 2016), 129.

3. Minat Menjadi Nasabah

Minat menjadi nasabah dalam pembahasan ini diartikan sebagai minat beli, minat beli (*willingness to buy*) yang merupakan bagian dari faktor perilaku dalam sikap mengonsumsi. Menurut Kinnear dan Taylor 1995 dalam minat beli merupakan tahap kecenderungan seseorang untuk bertindak sebelum sebuah keputusan dilaksanakan. Menurut Kotler 2002 Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah adanya dorongan dari produk yang dilihatnya, dari hal tersebut timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.⁶

Suatu produk sudah dikatakan telah digunakan oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan untuk dibeli. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh nilai produk yang telah dievaluasi. Apabila manfaat yang dirasakan lebih besar dibandingkan usaha untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membeli semakin tinggi. Sebaliknya bila manfaat lebih kecil dibandingkan pengorbanannya maka biasanya pembeli akan menolak untuk membeli dan pada umumnya beralih untuk mengevaluasi produk lainnya yang sejenis. Kebanyakan orang perilaku pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya dorongan dari luar dirinya, baik berupa dorongan pemasaran maupun dorongan dari lingkungannya.⁷

⁶Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Edisi 1* (Jakarta: 2004, PT. Indeks),40.

⁷Ibid., 42.

Dorongan tersebut kemudian diaplikasikan dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya sebelum kemudian diambil keputusan pembelian. Karakteristik pribadi konsumen yang digunakan untuk mengaplikasikan dorongan tersebut sangat kompleks dan salah satunya adalah motivasi untuk membeli.⁸

Menurut Keller, minat beli konsumen adalah seberapa besar kemungkinan konsumen berpindah dari satu merek ke merek lain. Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima dorongan dari produk yang dilihatnya, dari hal tersebut timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.

Dengan demikian dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa minat beli adalah kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan membeli dilakukan. Minat menjadi nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan individu untuk bertindak sebelum⁹

keputusan untuk menjadi nasabah di perbankan syariah dilakukan. Indikator minat menjadi nasabah meliputi, ketertarikan, keinginan, dan keyakinan. Ketertarikan ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki, dan keyakinan ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri

⁸Ibid., 43-44.

⁹Ibid., 45-46.

dari individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.¹⁰

4. Macam-macam Minat

Abdul Rahaman Shaleh dan Muhhbub Abdul Wahab membagi minat menjadi tiga macam yaitu:

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural.
 - 1) Minat Primitif adalah minat yang timbul karena adanya kebutuhan jasmani seperti makan dan minum.
 - 2) Minat Kultural adalah minat yang berasal dari kegiatan belajar yang sangat tinggi. Seperti orang yang terdidik ditandai dengan adanya minat yang benar luas terhadap hal yang sangat bernilai.
- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan minat ekstrinsik.
 - 1) Minat intrinsik adalah yang langsung berhubungan dengan aktivitas sehari-hari.
 - 2) Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.

¹⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Edisi 1* (Jakarta: 2004, PT. Indeks), 47-48.

c. Berdasarkan cara pengungkapannya, minat dapat dibedakan menjadi empat, yaitu:

- 1) *Expressed interest*, yaitu minat yang disampaikan dengan cara meminta kepada subjek untuk kegiatan yang sedang disukai maupun tidak disukai.
- 2) *Minaderst interest*, yaitu minat yang disampaikan dengan melakukan pengamatan secara langsung.
- 3) *Tested interest*, yaitu minat yang disampaikan dengan menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif.
- 4) *Inventoried interest*, yaitu minat yang disampaikan dengan menggunakan alat-alat yang sudah disajikan, berisi dengan pernyataan-pernyataan yang disukai maupun tidak disukai.¹¹

5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) faktor merupakan hal (keadaan, peristiwa) yang menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu.¹²

Dengan banyaknya persaingan maka bank juga ditekankan untuk bisa mengimbangi lawan dengan lebih baik demi mencapai suatu tujuan dan keberhasilan dalam dunia perbankan. Hal tersebut menjadikan bank perlu

¹¹ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), 263-268.

¹²Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dalam <https://kbbi.web.id/faktor>, (diakses pada tanggal 5 mei 2023, jam 6.51).

mengetahui keinginan nasabah dengan mempelajari perilaku konsumen yang merupakan salah satu faktor dalam mempengaruhi minat nasabahnya.

Dalam beberapa literatur terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nasabah untuk memilih produk. Adapun Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah:

a. Faktor Budaya

Budaya ialah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang. Setiap budaya memiliki subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggota mereka. subbudaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Ketika subbudaya tumbuh besar dan cukup kaya perusahaan sering merancang program pemasaran untuk melayani mereka.

Seorang anak yang tumbuh di Negara lain mungkin mempunyai pandangan yang berbeda tentang diri sendiri, hubungan dengan orang lain, dan ritual. Pemasar harus memperhatikan nilai-nilai budaya di setiap Negara untuk memahami cara terbaik memasarkan produk lama mereka dan mencapai peluang untuk produk baru.

b. Faktor Sosial

Selain faktor budaya, faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status mempengaruhi perilaku pembelian.¹³

¹³Saida Zainurossalamia, *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi* (NTB: Forum Pemuda Aswaja, 2020), 52-53.

1) Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok referensi mempengaruhi anggota setidaknya dengan tiga cara, mereka memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang, sikap dan konsep diri, dan menciptakan tekanan kenyamanan yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek.

2) Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota keluarga merepresikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh. Ada dua keluarga dalam kehidupan pembeli. Pertama, keluarga orientasi yang terdiri dari orang tua dan saudara kandung. Dari orang tua, seseorang mendapatkan orientasi terhadap agama, politik, dan ekonomi serta rasa ambisi pribadi, harga diri, dan cinta. yang kedua adalah keluarga prokreasi, yaitu pasangan dan anak-anak.¹⁴

3) Peran Sosial

Peran dan status orang berpartisipasi dalam banyak kelompok-keluarga, klub, organisasi. kelompok sering menjadi

¹⁴Ibid., 53-55.

sumber informasi penting dan membantu mendefinisikan norma perilaku. Peran terdiri dari kegiatan yang diharapkan dapat dilakukan seseorang, setiap peran menyanggah status. Wakil presiden senior pemasaran statusnya lebih tinggi dibanding manajer penjualan, dan menejer penjualan statusnya lebih tinggi dibanding staf kantor. Orang memilih produk yang mencerminkan dan mengkomunikasikan peran mereka serta status *actual* atau status yang diinginkan dalam masyarakat. Pemasar harus menyadari potensi simbol status dari produk dan merek.

c. Faktor Pribadi

1) Usia

Selera kita dalam memakan, pakaian, perabot, dan rekreasi sering berhubungan dengan usia kita. Konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga dan jumlah, usia, serta jenis kelamin orang.¹⁵

2) Keadaan Ekonomi

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi, penghasilan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan asset, utang, kekuatan pinjaman, dan sikap terhadap pengeluaran dan tabungan, pembuat barang mewah seperti Gucci, panda, dan burberry rentan terhadap penurunan ekonomi. Jika indikator ekonomi menunjukkan resesi, pemasar dapat mengambil langkah untuk merancang, memposisikan, dan menentukan kembali harga produk mereka atau

¹⁵Ibid.

memperkenalkan atau meningkatkan penekanan atas merek diskon sehingga perusahaan dapat terus menawarkan nilai kepada pelanggan sasaran.

3) Kepribadian

Setiap orang mempunyai karakteristik pribadi yang mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian juga dapat menjadi variabel yang berguna dalam menganalisis pilihan merek konsumen.

4) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang didunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Pemasar meneliti hubungan antara produk mereka dan kelompok gaya hidup. Misalnya, pembuat computer mungkin menemukan bahwa sebagian pembeli kmputer berorientasi pada pencapaian kemudian mengarahkan mereknya secara lebih jelas pada gaya hidup si pencapai. Sebagian gaya hidup terbentuk oleh keterbatasan uang atau waktu konsumen.¹⁶

Keputusan konsumen juga dipengaruhi oleh nilai inti. Nilai inti lebih dalam daripada perilaku atau sikap dan menentukan pilihan dan keinginan seseorang pada tingkat dasar dalam jangka panjang. Pemasar yang membidik konsumen berdasarkan nilai-nilai percaya bahwa bila produk sesuai dengan kepribadian dalam diri konsumen,

¹⁶Ibid., 57-58.

produk itu dapat mempengaruhi kepribadian luar perilaku pembelian konsumen.

d. Faktor Psikologis

1) Motivasi (dorongan yang berasal dari dalam)

Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Beberapa kebutuhan bersifat *biogenis*, kebutuhan tersebut muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, tidak nyaman. Kebutuhan yang lain bersifat *psikogenis*, kebutuhan itu muncul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa keanggotaan kelompok. Suatu kebutuhan akan menjadi motif jika didorong hingga mencapai tingkat intensitas yang memadai. Motif adalah kebutuhan yang cukup mendorong seseorang untuk bertindak.¹⁷

2) Persepsi (pandangan yang lahir dari pengetahuan kita tentang sesuatu)

Persepsi adalah proses yang digunakan oleh seseorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tetapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaanindividu yang bersangkutan. Kata kunci dalam definisi persepsi adalah individu. Seseorang mungkin menganggap

¹⁷Ibid.

wiraniaga yang berbicara dengan cepat sebagai seorang yang agresif dan tidak jujur; yang lain mungkin menganggap orang yang sama sebagai seseorang yang pintar dan suka membantu. Orang dapat memiliki persepsi yang berbeda atas obyek yang sama karena tiga proses persepsi: perhatian selektif, distorsi selektif, dan ingatan selektif.

- 3) Pembelajaran (perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman)

Saat orang bertindak, mereka bertambah pengetahuannya. Sebagian besar perilaku manusia adalah hasil dari belajar. Ahli teori pembelajaran yakin bahwa pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan kerja antara dorongan, rangsangan, petunjuk bertindak, anggapan, dan penguatan.

Dorongan (*drives*) adalah rangsangan internal yang kuat yang mendorong tindakan. Petunjuk (*cues*) adalah rangsangan kecil yang menentukan kapan, di mana, dan bagaimana tanggapan seseorang.¹⁸

- 4) Keyakinan (gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang gambaran sesuatu)

Para pemasar sangat tertarik pada keyakinan yang ada di dalam pikiran orang tentang produk dan merek mereka. Keyakinan merek ada dalam memori konsumen. Model memori jaringan kerja asosiatif menyatakan bahwa memori adalah jaringan *nodes* (simpul) dan

¹⁸Ibid., 59-60.

connecting links (kaitan penghubung). *Nodes* menggambarkan informasi yang tersimpan (verbal, visual, abstrak, atau kontekstual) dan *links* menggambarkan asosiasi antarnodes. Informasi didapatkan kembali melalui proses aktivasi menyebar. ketika *nodes* tertentu diaktivasi, informasi diingat kembali dan informasi asosiasi selanjutnya diingat kembali melalui *links*.¹⁹

B. Kendala

Kendala merupakan suatu metode yang digunakan untuk melakukan perkembangan secara rutin dalam aktivitas *manufacturing* dan *nonmanufacturing*. Hal ini dikategorikan sebagai “*thinking process*” yang dimulai dengan mengakui bahwa semua sumber daya terbatas. Faktor terbatas yang paling kritis disebut dengan kendala yang menjadi fokus perhatian, dengan mengendalikan sebuah kendala maka hal ini harus diidentifikasi dan dieksploitasi misalnya kinerja yang harus dimaksimalkan.²⁰

Menurut Hansen dan Mowen jenis kendala dapat dikelompokkan menjadi dua jenis sebagai berikut:

1. Kendala internal (*internal constraint*) adalah faktor-faktor yang membatasi perusahaan yang berasal dari dalam perusahaan, misalnya keterbatasan jam terbang. Kendala internal harus dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan hasil secara semaksimal mungkin tanpa menambah persediaan dan biaya operasional.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Budi Kurniawan, “Teori Kendala Sebagai Pengukuran Kinerja,” *Jurnal Akuntansi Bisnis*, Volume 9, Nomor 2, (2016), 212.

2. Kendala eksternal (*external constraint*), adalah faktor-faktor yang membatasi perusahaan yang berasal dari luar perusahaan, misalnya permintaan pasar atau kuantitas bahan baku yang tersedia dari pemasok. Kendala eksternal yang berupa volume produk yang dapat dijual, dapat diatasi dengan menemukan pasar, meningkatkan permintaan pasar ataupun dengan mengembangkan produk baru.²¹

C. Strategi Bank

Pengertian Strategi Bank Strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar, produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.²² Strategi merupakan pondasi tujuan organisasi, dan strategi dalam hakikatnya perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tersebut. Maka strategi adalah wujud rencana dalam bidang pemasaran yang ditetapkan dan dijalankan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.²³

²¹ Hansen dan Mowen, *Manajemen Biaya: Akuntansi dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 606.

²² Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Renika Cipta, 2009), 339.

²³ Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012),

D. Tabungan iB Hijrah Haji

1. Definisi Tabungan iB Hijrah Haji

Tabungan iB Hijrah adalah tabungan yang nyaman digunakan untuk kebutuhan transaksi dan berbelanja dengan kartu *Shar-E* Debit yang berlogo Visa plus memiliki manfaat untuk berbagai macam program subsidi belanja di *merchant* local dan luar negeri.²⁴ Tabungan iB Hijrah Haji tabungan yang akan membantu melayani nasabah untuk mewujudkan impian nasabah yang memiliki niat menunaikan ibadah haji, tabungan ini membantu nasabah untuk merencanakan ibadah haji sesuai dengan kemampuan finansial dan waktu yang diinginkan.²⁵

2. Syarat Pembukaan Tabungan iB Hijrah Haji

- a. Jenis rekening: Rekening perorangan dan dapat diperuntukan atas nama anak (dibawah 17 tahun).
- b. Akad : *wadiah yad dhamanah* (akad penitipan dana dari nasabah sebagai pemilik dana, kepada bank selaku penyimpanan dana).
- c. Syarat pembukaan rekening :
 - 1) Untuk WNI: fotocopi KTP/SIM/PASPOR dan NPWP atau surat pernyataan.
 - 2) Untuk WNA: fotocopi paspor/KITAS/KITAP , Mengisi formulir pembukaan rekening dan tax registration.

²⁴<https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/tabungan/tabungan-ib-hijrah>. (diakses pada 20 April 2023, jam 7.15)

²⁵ Affandi Sophia Wijaya, *Wawancara* pada 11 April 2023

- 3) Untuk anak-anak: identitas orang tua (KTP dan NPWP), akte kelahiran atau kartu keluarga.
- d. Setoran awal: tidak ada (RTJH: 25 juta)
- e. Saldo minimum: tidak ada
- f. Persyaratan dokumen untuk pendaftaran porsi haji
 - 1) Asli KTP sesuai domisili dan mengikuti ketentuan KTP-el atau bukti identitas lainnya yang sah.
 - 2) Asli kartu keluarga.
 - 3) Asli akte kelahiran atau surat kenal lahir atau kutipan akte nikah atau ijazah
 - 4) Buku tabungan
 - 5) Pas foto berwarna ukuran 3 x 4 sebanyak 5 lembar (untuk bank).
 - 6) Pas foto untuk kantor KEMENAG sesuai identitas.
 - 7) Wajib ke kantor KEMENAG sesuai identitas maksimal 5 hari kerja setelah dapat nomor validasi dari Bank.²⁶

²⁶ Bank muamalat, "Tabungan ib Hijrah Haji," dalam www.bankmuamalat.co.id/index.php/tabungan/tabungan-ib-hijrah-haji, (diakses pada 20 April 2023, jam 7.59)

BAB III

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH PADA TABUNGAN IB HIJRAH HAJI

A. Gambaran Umum Di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun

1. Sejarah Umum Berdirinya Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun

Kantor cabang Bank Muamalat yang berada di Kota Madiun Provinsi Jawa Timur, termasuk satu-satunya kantor cabang Bank Muamalat yang terletak di Madiun. Kantor ini memberikan layanan kepada nasabah guna mencakup berbagai keinginan yang berhubungan dengan produk yang ada di Bank Muamalat semacam pengajuan kredit kepemilikan rumah atau KPR Bank Muamalat, dan juga *mobile online banking*.

Bank Muamalat Indonesia sejarahnya diawali dengan adanya upaya menjadi Bank Syariah pertama yang ada di Indonesia pada 1 November 1991. Dengan diawali oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Indonesia (ICMI) sehingga berdirilah Bank Muamalat Indonesia) dan diberikannya dukungan oleh pengusaha muslim yang selanjutnya mendapatkan dukungan dari pemerintah Republik Indonesia. Semenjak sudah bergerak pada 1 Mei 1992, Bank Muamalat Indonesia selalu memberikan pembaharuan dan mewujudkan produk yang berbasis syariah diantaranya ialah adanya pendirian Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK Muamalat) dan

Multifinance Syariah (Al-Ijarah Indonesia *Finance*) yang sepenuhnya menjadi inovasi di Indonesia.¹

Kemudian terdapat produk Bank ialah *shar-eyang* berdiri pada tahun 2004 yang termasuk tabungan instan pertama yang ada di Indonesia. Produk *shar-e Gold Debit Visa* yang didirikan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan apresiasi dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi *chip* pertama di Indonesia sebagai layanan *e-channel* seperti *internet Banking, Mobile Banking, ATM dan Cash Management*. Semua produk-produk tersebut menjadi *pionir* produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting bagi industry perbankan syariah.

Pada tanggal 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia memperoleh izin menjadi Bank Devisa dan sudah terdaftar menjadi perusahaan public yang tidak *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI). Bank telah menyelesaikan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 kali yang termasuk badan perbankan pertama di Indonesia yang telah mengeluarkan *Sukuk Subordinasi Mudharabah*. Karena hal tersebut membuat Bank Muamalat Indonesia memiliki posisi unggul pada peta perbankan Indonesia .

Bertepatan dengan kualitas Bank yang semakin terpadang, Bank yang lebih baik dengan memperbanyak kantor cabangnya di seluruh wilayah Indonesia. Pada Saat tahun 2009 Bank menerima izin digunakan untuk mengeluarkan kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadikan

¹ Laporan Tahunan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk 2018, 48.

Bank yang pertama di Indonesia dan satu-satunya yang telah menciptakan pengembangan usahanya di Malaysia. Sampai saat ini, Bank telah mempunyai 276 kantor layanan termasuk 1 kantor yang berada di Malaysia. Operasional Bank juga dilengkapi dengan jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, 97 Mobile Kas Keliling (*mobile Branch*) dan juga jaringan ATM di Malaysia melewati Malaysia *Electronic Payments* (MEPS).²

2. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun

Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun memiliki visi dan misi yang merupakan sebagai berikut:

a. Visi

Menjadi Bank Syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar Bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui tingkat regional.

b. Misi

Membangun lembaga keuangan Syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang Islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

² Ibid

3. Lokasi Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun

Bank Muamalat Madiun beralamat di Jl. Kolonel Marhadi No.20, Pangongangan, Kec. Manguharjo, Kota Madiun, Jawa Timur 63129, Indonesia. Kantor Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun memiliki letak yang mudah dijangkau dekat dengan pusat perbelanjaan, dan juga sekolah dan Universitas yang mudah dijangkau masyarakat.³

4. Struktur Organisasi di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun

Berikut struktur organisasi pada Bank Muamalat KCP Madiun:

Tabel 3.1
Struktur Organisasi di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun

Jabatan	Nama
<i>Sub Branch Manager</i>	Affandi Shopia Wijaya
<i>Sub Branch Operational Supervisor</i>	Rio Sutianto
<i>Relationship Manager Funding</i>	Ely Munasaroh
<i>Insurance Advision Syariah</i>	Fito
<i>Branch Sales Office</i>	Anin
<i>Customer Service</i>	Fahira
<i>Teller</i>	Putri Herlinansari
<i>Driver</i>	Anang
<i>Security</i>	Lendi
<i>Officeboy</i>	Effendi

Sumber: Laporan PT. Bank Muamalat KCP Madiun

³Affandi Sophia Wijaya, Wawancara, 28 Agustus 2023

Berikut penjelasan dari struktur organisasi diatas:

a. *Sub Branch Manager*

- 1) Menjadi pemimpin di dalam Kantor Bank Muamalat KCP Madiun, mengontrol dan melakukan pemeriksaan atas pencapaian *financing* dan *funding* sehingga bisa mencapai target.
- 2) Mengatur rencana kerja dan mengkoordinasi atas terlaksananya operasional kantor.
- 3) Mengkoordinasi pada semua kegiatan dan memberikan fasilitas guna lancarnya untuk mencapai target sesuai dengan visi misi.
- 4) Memberikan tanggung jawab kepada Bank Muamalat KCP Madiun secara menyeluruh.

b. *Sub Branch Operasional Supervisor*

Bertanggung jawab mengawasi keadaan *teller* dan *bank office*, khususnya pada saat penutupan kas *teller*, dan melaporkan kepada *sub branch manager* mengenai uang keluar dan masuk. Selain itu, juga bertanggung jawan mengenai keputusan-keputusan untuk pembelian peralatan kantor dan keperluan lainnya pada kantor cabang pemabantu. Berkoordinasi dengan *customer service* dalam hal pembukaan rekening baru dan penutupan rekening.⁴

c. *Relationship Manager Funding*

⁴Eva Juwita, "Analisis Segmentasi Pasar Bank Muamalat KCP Madiun Terkait Produk Tabungan iB Hijrah Rencana Pada Masa Pandemi Covid 19," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2012), 58.

- 1) Mencari calon nasabah yang potensial sebagai perolehan sumber dana.
- 2) Menjaga nasabah untuk selalu bertransaksi dengan Bank Muamalat.
- 3) Memasarkan produk Bank Muamalat, mencari calon nasabah yang potensial sebagai alokasi dana pembiayaan.
- 4) Membuat dan memelihara semua dokumen pada bagian pembiayaan.
- 5) Memonitor setiap debitur atau nasabah yang jatuh tempo secara berkelanjutan.
- 6) Mengecek dan mensurvei calon nasabah baru yang mengajukan pembiayaan.
- 7) Menandatangani atau mengesahkan apakah calon nasabah ini bisa mendapatkan pembiayaan atau tidak.
- 8) Melakukan penagihan terhadap debitur yang bermasalah, mencari sumber permasalahan alternative jalan keluar.

d. *Insurance Advisor Syariah*

Memasarkan produk asuransi jiwa syariah kepada nasabah Bank Muamalat.

e. *Branch Sales Office*

Melakukan penjualan produk Multiguna, KPR, Tabungan dan porsi Haji.

f. *Customer Service*⁵

- 1) Memberikan penjelasan kepada nasabah tentang produk, syarat dan tata cara secara langsung atau melalui telepon.
- 2) Melayani pembukaan rekening tabungan, giro dan deposito.
- 3) Melayani keluhan dari nasabah dengan menyelesaikan dengan segera dan benar.
- 4) Menawarkan produk atau jasa kepada nasabah.
- 5) Mengerjakan intruksi yang diminta atasan yang berkaitan dengan pekerjaan.

g. *Teller*

- 1) Membukukan transaksi yang berhubungan dengan penerimaan atau pengeluaran kas harian.
- 2) Pelaksanaan transaksi dalam keuangan tunai, penarikan dan setoran.
- 3) Melakukan pencocokan saldo dengan fisik uang dan saldo neraca harian.

h. *Security*

- 1) Membukukan pintu nasabah pada saat datang dan pulang.
- 2) Siap siaga, menjaga keamanan dan memantau situasi kantor.
- 3) Mengeluarkan dan memasukkan uang ke khasanah bersama *teller* dan *operation officer*.
- 4) Membantu dalam melayani nasabah.

i. *Office Boy*

⁵Ibid.

- 1) Menjaga kebersihan dan kerapian kantor.
- 2) Membantu karyawan jika diperlukan.
- 3) Memelihara semua perlengkapan dan peralatan kantor.
- 4) Menyediakan minuman dan makanan untuk karyawan⁶

j. *Driver*

- 1) Memelihara kendaraan kantor.
- 2) Mengantar dan menjemput karyawan bank dalam melaksanakan tugas.
- 3) Siaga dalam melayani karyawan apabila sewaktu-waktu diperlukan.⁷

5. Produk-produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun

Berikut adalah produk-produk yang ada di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun:

a. Produk Penghimpun Dana

- 1) Tabungan iB Hijrah Haji
- 2) Tabunganku
- 3) Tabungan iB Hijrah Sempel
- 4) Tabungan iB Hijrah Prima
- 5) Tabungan iB Hijrah Rencana
- 6) Tabungan Prima Berhadiah
- 7) Tabungan Rencana Berhadiah
- 8) Deposito

⁶Ibid., 59.

⁷ Ibid., 60.

- 9) Giro
- 10) Sukuk
- 11) Asuransi
- 12) *Smart Payment*

b. Produk Pembiayaan

- 1) *Back to Back*
- 2) Modal Kerja
- 3) Kredit Kepemilikan Rumah (KPR)⁸

B. DATA

1. Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Tabungan iB Hijrah Haji di BMI KCP Madiun

Dengan banyaknya persaingan maka bank juga ditekankan untuk bisa mengimbangi lawan dengan lebih baik demi mencapai suatu tujuan dan keberhasilan dalam dunia perbankan. Hal tersebut menjadikan bank perlu mengetahui keinginan nasabah dengan mempelajari perilaku konsumen yang merupakan salah satu faktor dalam mempengaruhi minat nasabahnya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah:

a. Faktor Budaya

Budaya adalah penentu atas dasar keinginan dari nasabah setiap budaya memiliki makna yang lebih sempit dalam memberikan persepsi yang lebih spesifik bagi lingkungan mereka seperti dalam hal agama dan wilayah geografis.

⁸Bank muamalat, "Produk dan Layanan," dalam www.bankmuamalat.com, (diakses pada 28 Agustus 2023, jam 08.55)

Peneliti melakukan wawancara dengan nasabah seperti yang dikatakan Sri Hartini, yaitu: “Faktor yang mempengaruhi saya memilih tabungan di Bank Muamalat KCP Madiun karena saya ingin menunaikan ibadah haji dan menyempurnakan rukun islam yang kelima.”⁹Peneliti melakukan wawancara dengan nasabah seperti yang dikatakan Endang, yaitu:

“Kenapa milih di Bank Muamalat ya karena saya ingin menunaikan ibadah haji dan menabung di Bank Muamalat KCP Madiun selain itu juga saudara saya ada yang lebih dulu menabung disini mbak jadi saya juga lebih percaya ketika menabung di Bank Muamalat KCP Madiun.”¹⁰

Dari hasil wawancara peneliti dengan nasabah tabungan haji di Bank Muamalat KCP Madiun bahwa faktor budaya yang mempengaruhi nasabah ialah dari segi agama yaitu karena ingin menyempurnakan rukun islam yang kelima.

b. Faktor sosial

Selain dari faktor budaya, faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dapat mempengaruhi dari perilaku nasabah untuk memilih produk.

1) Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang mempengaruhi nasabah dalam memilih suatu produk di perbankan secara langsung atau tidak langsung.

Peneliti melakukan wawancara dengan nasabah seperti yang disampaikan oleh Samsudin:

⁹ Sri Hartini, *wawancara*, 13 September 2023.

¹⁰ Endang, *wawancara*, 13 September 2023.

“Saya memilih tabungan haji di Bank Muamalat KCP Madiun karena saya ingin menunaikan ibadah haji dan sebelumnya direkomendasikan oleh teman saya dan juga sering melihat promosi produk ini di sosial media.”¹¹

Peneliti melakukan wawancara dengan nasabah seperti yang telah disampaikan oleh Mustofa:

:“Saya menabung di Bank Muamalat KCP Madiun ini karena saya ingin menunaikan ibadah haji kemudian beberapa teman saya juga ada yang menabung di bank muamalat ini jadi saya juga lebih yakin untuk menabung disini.”¹²

Berdasarkan hasil wawancara diatas yang ditemui dilapangan bahwa kelompok referensi terutama dari teman sangat mempengaruhi nasabah dalam memilih produk tabungan haji yang ada di Bank Muamalat KCP Madiun.

2) Keluarga

Keluarga adalah kelompok konsumen yang paling penting dalam lingkungan masyarakat, dari anggota keluarga yang menyampaikan suatu rekomendasi hal tersebutlah yang paling berpengaruh terhadap konsumen.

Peneliti melakukan wawancara dengan nasabah seperti yang disampaikan oleh Endang:

”Yang mempengaruhi menabung tabungan haji di Bank Muamalat KCP Madiun karena saudara saya ada yang lebih dulu menabung disini mbak jadi saya juga lebih percaya ketika menabung di Bank Muamalat KCP Madiun.”¹³

Peneliti melakukan wawancara dengan nasabah seperti yang telah disampaikan oleh Yanto:

¹¹ Samsudin, *wawancara*, 12 September 2023.

¹² Mustofa, *wawancara*, 13 September 2023.

¹³ Endang, *wawancara*, 13 September 2023.

”Alasan memilih menabung di Bank Muamalat KCP Madiun karena ingin menunaikan ibadah haji dan saya merasa aman karena disini menarapkan prinsip syariah dan juga sudah ada saudara saya yang menabung di Bank Muamalat KCP Madiun yang membuat saya tidak ragu lagi.”¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan nasabah dapat disimpulkan bahwa keluarga juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah menabung di Bank Muamalat KCP Madiun.

3) Peran Sosial

Peran sosial adalah peranan yang sangat berpengaruh terhadap lingkungan sosialnya atau bisa menjadi tuntutan dari lingkungannya sendiri.

Peneliti melakukan wawancara dengan nasabah seperti yang telah disampaikan Sri Hartini:

”Kalau untuk peran sosial sebenarnya sedikit memengaruhi karena orang-orang disekitar saya sudah ada yang naik haji sehingga saya memulai untuk menabung tabungan haji karena ingin menunaikan ibadah haji dan juga karena ada niatan dalam diri sendiri sudah lama begitu mbak”¹⁵

Peneliti melakukan wawancara dengan Salman selaku nasabah:

”Peran sosial pastinya memengaruhi contohnya ada saudara, teman, atau tetangga yang sudah naik haji terus kok saya belum jadi segera memulai menabung untuk naik haji selain itu juga ada kemauan dari diri sendiri.”¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara diatas bawasannya nasabah menyampaikan untuk peran sosial seperti banyak saudara, teman, atau

¹⁴ Yanto, *wawancara*, 12 September 2023.

¹⁵ Sri Hartini, *wawancara*, 13 September 2023.

¹⁶ Salman, *wawancara*, 26 September 2023.

tetangga yang sudah melakukan ibadah haji mempengaruhi dalam pemilihan tabungan haji di Bank Muamalat KCP Madiun.

c. Faktor Pribadi

1) Usia

Konsumsi juga dibentuk oleh masa hidup keluarga dan usia.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Endang selaku nasabah:

”Saya sudah menabung sejak akhir tahun 2020 sudah hampir 3 tahun, karena untuk daftar tunggu haji kan memiliki waktu yang cukup lama karena hal tersebut saya mulai menabung lebih awal.”¹⁷

Peneliti melakukan wawancara dengan Salman selaku nasabah:

”Kalau untuk usia bagi saya sangat memengaruhi karena di Indonesia daftar tunggu haji memiliki waktu yang lama jadi saya juga segera menabung lebih awal untuk menunaikan ibadah haji.”¹⁸

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari nasabah bahwa untuk faktor dari usia mempengaruhi nasabah dalam menabung tabungan haji di Bank Muamalat KCP Madiun karena daftar tunggu haji yang lama.

2) Keadaan Ekonomi

Dalam memilih produk juga dipengaruhi oleh keadaan ekonomi, penghasilan yang dapat dibelanjakan kemudian juga bagaimana dalam mengelola dan menabung untuk hal yang rasa penting.

Peneliti melakukan wawancara dengan Samsudin selaku nasabah di BMI Madiun:

¹⁷ Endang, *wawancara*, 13 September 2023.

¹⁸ Salman, *wawancara*, 27 September 2023.

”Saya menabung terlebih dahulu karena keadaan ekonomi yang tidak memungkinkan kalau langsung mendaftarkan ibadah haji.”¹⁹

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Mustofa selaku nasabah:

”Karena keinginan saya dalam menunaikan ibadah haji sehingga saya harus menabung terlebih dahulu, kalau tidak nabung dulu ya tidak bisa untuk langsung daftar haji.”²⁰

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari nasabah bawasannya faktor ekonomi juga memengaruhi dalam memilih tabungan haji karena apabila langsung mendaftarkan haji untuk keadaan ekonominya tidak memungkinkan.

3) Kepribadian

Setiap nasabah memiliki kriteria tersendiri yang dapat mempengaruhi membeli atau tidak produk tersebut.

Seperti wawancara yang telah dilakukan dengan Salman selaku nasabah BMI KCP Madiun:”Karena keinginan saya untuk beribadah haji sehingga saya menabung terlebih dahulu di Bank Muamalat KCP Madiun dan juga saya mempercayai produk di bank syariah pastinya aman karena sudah menerapkan prinsip syariah dan terbebas dari riba.”²¹

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Yanto selaku nasabah BMI KCP Madiun:”Alasan memilih menabung di Bank Muamalat KCP Madiun karena ingin menunaikan ibadah haji dan saya merasa aman sebab disini sudah menerapkan prinsip syariah saya ingin menjauhi riba karena kan diharamkan oleh agama islam.”²²

¹⁹ Samsudin, *wawancara*, 12 September 2023.

²⁰ Mustofa, *wawancara*, 13 September 2023.

²¹ Salman, *wawancara*, 12 September 2023.

²² Yanto, *wawancara*, 12 September 2023.

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh nasabah memilih produk tabungan haji di BMI KCP Madiun karena keinginan pribadi dan nasabah memiliki kriteria bawasannya di BMI KCP Madiun merupakan bank syariah dan sudah menerapkan prinsip syariah sehingga bisa terhindar dari riba.

4) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang dilingkungannya yang digambarkan dari kegiatan, minat, dan penapatan.

Seperti wawancara yang telah dilakukan dengan Mustofa selaku nasabah di BMI KCP Madiun: "Kalau untuk gaya hidup tidak berpengaruh karena saya menabung tabungan haji hanya semata karena memiliki niat untuk menunaikan ibadah haji saja."²³

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Samsudin selaku nasabah di BMI KCP Madiun: "Saya menabung tabungan haji karena keinginan dari diri sendiri ingin menunaikan ibadah haji tidak terpengaruh oleh gaya hidup."²⁴

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh bawasannya nasabah dalam menabung tabungan haji tidak dipengaruhi oleh gaya hidup.

d. Faktor Psikologi

1) Motivasi

Beberapa kebutuhan bersifat *biogenis* kebutuhan tersebut muncul dari dorongan diri sendiri.

Peneliti melakukan wawancara dengan Sri Hartini selaku nasabah di BMI KCP Madiun: "Saya ingin menunaikan ibadah haji

²³ Mustofa, *wawancara*, 12 September 2023.

²⁴ Mustofa, *wawancara*, 12 September 2023.

sehingga termotivasi untuk menabung di Bank Muamalat KCP Madiun yang memberikan setoran ringan.”²⁵

Peneliti melakukan wawancara dengan nasabah seperti yang dikatakan Endang, yaitu:“Saya ingin menunaikan ibadah haji dan memilih menabung di Bank Muamalat KCP Madiun.”²⁶

Peneliti melakukan wawancara dengan nasabah seperti yang disampaikan oleh Samsudin:“Saya memilih tabungan haji di Bank Muamalat KCP Madiun karena dorongan dari diri sendiri untuk menunaikan ibadah haji dan sebelumnya direkomendasikan oleh teman saya dan juga sering melihat promosi produk ini di sosial media.”²⁷

Peneliti melakukan wawancara dengan nasabah seperti yang telah disampaikan oleh Mustofa:“Saya ingin menunaikan ibadah haji sehingga termotivasi untuk menabung di BMI KCP Madiun kemudian beberapa teman saya juga ada yang menabung di bank Muamalat ini jadi saya juga lebih yakin untuk menabung disini.”²⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah bawasannya faktor yang mempengaruhi nasabah berminat terhadap produk tabungan haji karena adanya faktor agama yang menyatakan ingin menunaikan ibadah haji sehingga termotivasi untuk menabung supaya keinginannya bisa terwujud.

2) Persepsi

Persepsi adalah pandangan yang tumbuh dari pengetahuan seseorang terhadap suatu hal.

Peneliti melakukan wawancara dengan Yanto selaku nasabah di BMI KCP Madiun:”Saya memilih bank muamalat karena merupakan bank yang menerapkan prinsip syariah.”²⁹

Peneliti melakukan wawancara dengan Salman selaku nasabah di BMI KCP Madiun:”Saya memiliki pandangan tersendiri pada

²⁵ Sri Hartini, *wawancara*, 13 September 2023.

²⁶ Endang, *wawancara*, 13 September 2023.

²⁷ Samsudin, *wawancara*, 12 September 2023.

²⁸ Mustofa, *wawancara*, 13 September 2023.

²⁹ Yanto, *wawancara*, 12 September 2023.

produk di Bank Muamalat KCP Madiun pastinya aman karena sudah menerapkan prinsip syariah dan terbebas dari riba.”³⁰

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh bahwa nasabah memiliki persepsi tersendiri terhadap Bank Muamalat KCP Madiun karena termasuk bank yang menerapkan prinsip syariah dan terbebas dari riba.

3) Pembelajaran

Saat seseorang berperan aktif dalam sebuah lembaga maka mereka akan bertambah pengetahuannya. Pengetahuan manusia ialah hasil dari pembelajaran atau pengalaman.

Peneliti melakukan wawancara dengan Sri Hartini selaku nasabah di BMI KCP Madiun:”Disini pelayanannya sangat nyaman sehingga saya merasa aman dan puas menabung disini.”³¹

Peneliti melakukan wawancara dengan Salman selaku nasabah di BMI KCP Madiun:”Saya sangat puas dengan pelayanan yang ada di Bank Muamalat KCP Madiun ini.”³²

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Samsudin selaku nasabah di BMI KCP Madiun:”Pelayanan yang telah diberikan karyawan disini sangat nyaman dan melayani nasabahnya sangat ramah sehingga saya merasa puas dan aman.”³³

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilaksanakan dengan nasabah, pembelajaran yang diperoleh nasabah adalah pelayanan disana sangat baik dan ramah dalam melayani nasabahnya sehingga nasabah merasa puas dan aman.

³⁰ Salman, *wawancara*, 12 September 2023.

³¹ Sri Hartini, *wawancara*, 13 September 2023.

³² Salman, *wawancara*, 12 September 2023.

³³ Samsudin, *wawancara*, 12 September 2023.

4) Keyakinan

Para pemasar akan sangat tertarik ketika konsumen memiliki keyakinan tersendiri terhadap lembaga atau produk yang dimiliki perusahaan.

Peneliti melakukan wawancara dengan Endang selaku nasabah di BMI KCP Madiun: "Bank Muamalat termasuk bank syariah yang mana pastinya menerapkan prinsip syariah dan tidak adanya riba selain itu saudara saya ada yang lebih dulu menabung disini mbak jadi saya juga lebih percaya ketika menabung di Bank Muamalat KCP Madiun sehingga membuat saya yakin untuk menabung di Bank Muamalat."³⁴

Peneliti melakukan wawancara dengan Yanto selaku nasabah di BMI KCP Madiun: "Saya merasa aman karena disini menerapkan prinsip syariah dan juga sudah ada saudara saya yang menabung di Bank Muamalat KCP Madiun yang membuat saya tidak ragu lagi."³⁵

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dengan nasabah, keyakinan yang dialami oleh nasabah ialah karena di BMI KCP Madiun merupakan bank syariah yang pastinya menerapkan prinsip syariah dan juga menjauhi riba selain itu saudara mereka ada yang terlebih dahulu menabung di BMI KCP Madiun sehingga nasabah memiliki keyakinan karena hal tersebut.

³⁴ Endang, *wawancara*, 13 September 2023.

³⁵ Yanto, *wawancara*, 12 September 2023.

2. Kendala dalam Meningkatkan Minat Nasabah pada Tabungan iB Hijrah Haji di BMI KCP Madiun

Kendala merupakan suatu metode yang digunakan untuk melakukan perkembangan secara rutin dalam aktivitas *manufacturing* dan *nonmanufacturing*. Hal ini dikategorikan sebagai “*thinking process*” yang dimulai dengan mengakui bahwa semua sumber daya terbatas. Faktor terbatas yang paling kritikal disebut dengan kendala yang menjadi fokus perhatian, dengan mengendalikan sebuah kendala maka hal ini harus diidentifikasi dan dieksploitasi misalnya kinerja yang harus dimaksimalkan. Berikut adalah beberapa kendala-kendala yang muncul:

a. Kendala Internal

Kendala internal adalah faktor-faktor yang membatasi perusahaan yang berasal dari dalam perusahaan, misalnya keterbatasan jam terbang. Kendala internal harus dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan hasil secara semaksimal mungkin tanpa menambah persediaan dan biaya operasional.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Fahira selaku *Customer Service* Bank Muamalat KCP Madiun, sebagai berikut:

“Tabungan iB Hijrah Haji ini setiap tahunnya sebenarnya tidak selalu menurun tetapi fluktuatif, dan untuk promosinya sendiri sebenarnya sudah bekerja sama dengan beberapa pihak juga kemudian kalo pendaftaran haji kan wajib di bank-bank syariah kebetulan untuk Bank Muamalat di Madiun lokasinya kan hanya ada satu saja ada juga kantor cabang yang ada di Ponorogo, sebenarnya dulu di Ngawi sama Magetan juga ada tapi sekarang sepertinya sudah tutup. Jadi kalo dibandingkan dengan bank

syariah lainnya berartikan untuk jumlah kantornya terbatas mungkin untuk kendalanya disitu.”³⁶

Seperti yang telah disampaikan oleh Affandi Shopia Wijaya selaku *Sub Branch Manager* di Bank Muamalat KCP Madiun sebagai berikut:

“Seperti yang kita tahu ya mbak di Bank Muamalat untuk kantor unit kan masih minim atau terbatas jadi mungkin untuk kendala yang dialami dilapangan seperti minimnya kantor unit tersebut oleh karena itu kami masih belum bisa menjangkau ke pelosok-pelosok daerah karena jaringan kantor yang masih belum bisa mejangkau lebih luas selain itu juga kurangnya SDM dan juga banyaknya pesaing dari bank syariah lainnya.”³⁷

Seperti yang telah disampaikan oleh Fahira selaku *Customer Service* di Bank Mauamalat KCP Madiun sebagai berikut:

“Kalau promosinya kita kan juga dateng ke kemenag-kemenag mungkin ke kemenag Madiun, kemenag Magetan, hanya saja untuk di kemenag Magetan itu untuk promosinya belum bisa secara maksimal karena penempatan untuk mobil *Branch* letak kantor sama parkirannya itu lumayan jauh. jadi mungkin kalah sama bank-bank syariah yang ada di sekitar kemenag Magetan. Kemudian untuk pemorsian haji itu harus datang ke kantor, sebenarnya bisa melalui online hanya saja untuk pembukaan rekening yang khusus pemorsian haji itu namanya RTJH itu memang harus dateng ke kantor cabang bank terdekat kalo untuk yang *mobile banking* itu rekening untuk persiapan haji jadi bukan untuk pemorsian haji.”³⁸

Berdasarkan hasil wawancara di Bank Muamalat KCP Madiun kendala yang dihadapi yaitu terkait minimnya unit kantor kemudian juga kurangnya SDM dan banyaknya pesaing dari bank syariah lainnya sehingga belum bisa menjangkau ke daerah pelosok-pelosok, dan belum bisa melakukan promosi dengan maksimal di kemenag magetan sehingga

³⁶Fahira, wawancara, 13 September 2023.

³⁷Affandi, wawancara, 13 September 2023.

³⁸Fahira, wawancara, 13 September 2023.

masih banyak masyarakat yang belum bisa menikmati produk Tabungan Haji dari Bank Muamalat ini.

b. Kendala Eksternal

Kendala eksternal adalah faktor-faktor yang membatasi perusahaan yang berasal dari luar perusahaan, misalnya permintaan pasar atau kuantitas bahan baku yang tersedia dari pemasok. Kendala eksternal yang berupa volume produk yang dapat dijual, dapat diatasi dengan menemukan pasar, meningkatkan permintaan pasar ataupun dengan mengembangkan produk baru.

Seperti yang telah disampaikan oleh Fahira selaku *Customer Service*, sebagai berikut:

“Untuk kendala eksternal banyaknya persaingan dari bank syariah lainnya karena bank-bank syariah sekarang kan banyak, sebenarnya kalau dulu cabangnya ada di Ngawi dan Madiun juga akan tetapi sekarang juga sudah tutup jadi sekarang hanya ada di Madiun sama Ponorogo saja.”³⁹

Seperti yang telah disampaikan oleh Affandi Shopia Wijaya selaku *Sub Branch Manager*, sebagai berikut:

”Kemudian untuk kendala eksternal adanya wabah *covid-19* kemaren maka terhambat beberapa nasabah tidak bisa mendaftarkan ke Bank Muamalat ataupun bank lainnya sehingga menyebabkan penurunan yang signifikan, karena harus menunggu daftar tunggu yang sangat lama kurang lebih hampir 40 tahun pada waktu itu kalau sekarang kurang lebih 25-30 tahun untuk daftar tunggunya.”⁴⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas yang telah disampaikan bawa Bank Muamalat KCP Madiun kendala eksternal yang dialami dilapangan adalah banyaknya persaingan dengan bank syariah lainnya kemudian

³⁹Fahira, wawancara, 29 September 2023.

⁴⁰Affandi, wawancara, 29 September 2023.

juga adanya wabah Covid-19 pada tahun 2020-2021 yang menyebabkan penurunan yang signifikan.

3. Strategi yang dilakukan BMI KCP Madiun untuk Menyelesaikan Kendala pada Produk Tabungan iB Hijrah Haji

Strategi ialah landasan dari tujuan sebuah organisasi, dan strategi pada dasarnya memiliki perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuannya. Maka strategi ialah bentuk perencanaan dalam memasarkan produknya yang diterapkan dan dijalankan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Strategi sangat berkaitan erat dengan penggunaan sarana prasarana dalam menunjang kegiatan tersebut, agar berhasil maka digunakan suatu cara, metode dan alat penunjang lainnya, dari adanya beberapa kendala yang dialami oleh Bank Muamalat KCP Madiun tentunya pihak bank juga telah memiliki strategi atas adanya kendala tersebut.

a. Strategi dari kendala internal

Dalam mengatasi terbatasnya kantor cabang, Bank Muamalat KCP Madiun memberikan berbagai fasilitas yang dirasa akan membantu ataupun mempermudah nasabah atau calon nasabah pada saat bertransaksi

Seperti yang telah disampaikan oleh Fahira selaku *Customer Service*:

“Upaya untuk kendala internal jadi sekarang sudah ada mobil *branch*, nah dengan adanya mobil *branch* ini kan dalam satu minggu ada beberapa hari melakukan keliling ke daerah Magetan dan ke kemenag-kemenag sama ke lembaga-lembaga yang kerja sama dengan Bank Muamalat, nah upaya itu kan memudahkan bagi nasabah yang mungkin ingin pembukaan rekening, baik itu

rekening biasa ataupun rekening haji, mau setor tunai atau tarik tunai.”⁴¹

Seperti yang telah disampaikan oleh Affandi Shopia Wijaya selaku *Sub Branch Manager*:

“Upaya bank untuk kendala internal kita akan menambah *marketing* untuk memasarkan produk tabungan haji atau ada program yang namanya BSO atau *assisten marketing* yang tugasnya mencari nasabah-nasabah haji yang akan kita terapkan paling cepat awal bulan depan atau paling lama awal tahun karena tahun depan kan sudah mendekati pemberangkatan haji.”⁴²

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa upaya Bank Muamalat terkait kendala internal adalah dengan cara dari pihak bank menyediakan mobil *branch* yang setiap jam kerja melakukan keliling diwilayah kemenag dan lembaga yang sudah bekerja sama dengan Bank Muamalat. Kemudian pihak bank juga akan menambahkan *marketing* untuk memasarkan produk tabungan haji.

b. Strategi dari kendala eksternal

Dalam mengatasi kendala eksternal terkait nasabah yang berada diluar Madiun yang merasa kejauhan apabila akan melakukan transaksi di Bank Muamalat dan juga nasabah yang kurang lengkap dalam membawa persyaratan untuk pembukaan rekening tabungan haji, karena hal tersebut maka Bank Muamalat KCP Madiun memberikan upayanya guna mempermudah nasabahnya saat bertransaksi dan membuka rekening haji.

Seperti yang telah disampaikan oleh Fahira selaku *Customer Service*:

⁴¹Fahira, wawancara, 13 September 2023.

⁴²Affandi, wawancara, 13 September 2023.

“Upaya Bank Muamalat untuk kendala eksternal terkait banyaknya pesaing dengan bank syariah lainnya yaitu dari kami membuat program berupa haji muda dari BPKH, kemudian ujah atau fee buat per referal porsi haji, dan juga melakukan kerja sama dengan pihak ketiga yaitu Amitra Syariah untuk pembiayaan porsi haji.”⁴³

Seperti yang telah disampaikan oleh Affandi Shopia Wijaya selaku *Sub Branch Manager*:

”Upaya Bank Muamalat pada waktu itu untuk nasabah yang lansia yang tidak bisa berangkat haji maka kebanyakan itu digunakan untuk umrah, jadi nasabah-nasabah kita dananya yang biasanya digunakan untuk porsi haji itu kemudian digunakan untuk umrah kemudian KBIH sekarang setelah adanya *covid-19* menyarankan untuk melakukan umrah saja bagi yang sudah lansia, tapi karena sekarang sudah bisa lagi untuk porsi haji sudah meningkat lagi khususnya di Bank Muamalat.”⁴⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas bawasannya Bank Muamalat KCP Madiun memberikan upayanya dalam mengatasi kendala eksternal tersebut dengan membuat program haji muda dari BPKH, ujah atau fee buat per referal porsi haji, dan kerja sama dengan pihak ketiga yaitu Amitra Syariah, selain itu untuk nasabah yang lansia disarankan untuk melakukan umrah karena untuk haji memiliki daftar tunggu yang lama.

⁴³ Fahira, wawancara, 29 September 2023.

⁴⁴ Affandi, wawancara, 29 September 2023.

BAB IV

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH PADA TABUNGAN IB HIJRAH HAJI

A. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Tabungan iB Hijrah Haji

Banyaknya persaingan yang dialami Bank Muamalat KCP Madiun maka bank memfokuskan untuk bisa mengimbangi pesaing dengan lebih baik guna menggapai tujuan dan keberhasilan dalam dunia perbankan. Banyaknya persaingan membuat Bank Muamalat harus mengerti apa keinginan dari nasabahnya dengan meninjau perilaku konsumen yang termasuk dari salah satu faktor dalam hal yang mempengaruhi minat nasabah.

Perilaku antar nasabah tidaklah sama hal tersebut sesuai dengan individu masing-masing dalam menggambarkan terkait faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah:¹

1. Faktor Budaya

Budaya adalah penentu awal tujuan dan perilaku seseorang. Setiap budaya mempunyai bagian yang lebih kecil dan memberikan persepsi yang lebih spesifik, agama juga termasuk subbudaya dimana ketika hal tersebut berkembang bank akan menyiapkan strategi pemasaran untuk melayani

¹Saida Zainurossalamia, *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi* (NTB: Forum Pemuda Aswaja, 2020), 52.

nasabah.² Budaya berarti pikiran atau akal budi terhadap sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan di beberapa kelompok.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan minat nasabah terkait produk tabungan haji di Bank Muamalat KCP Madiun dipengaruhi oleh faktor budaya, karena di agama Islam ibadah haji termasuk rukun Islam yang kelima dimana apabila seseorang memiliki rezeki lebih diwajibkan untuk beribadah haji. Hal ini mempengaruhi nasabah memilih tabungan haji di Bank Muamalat KCP Madiun karena keinginan untuk menunaikan ibadah haji guna menyempurnakan rukun Islam yang kelima.

2. Faktor Sosial

a. Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh kepada seseorang, dengan cara mengenalkan suatu produk yang sedang digunakan supaya dapat memberikan rasa nyaman yang dapat mempengaruhi pilihan produk tersebut.³ Referensi terhadap berbagai hal yang didapatkan dari lingkungan, lingkaran pertemanan dalam prosesnya dapat memperluas pengetahuan nasabah itu sendiri. Dari referensi akan memperoleh lebih banyak pengetahuan terkait suatu hal sehingga kelompok referensi berpengaruh terhadap minat nasabah.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan nasabah mengetahui tentang produk tabungan haji di Bank Muamalat KCP Madiun berdasarkan

²Ibid., 52.

³ Ibid., 53.

hasil dari referensi lingkungan dan lingkaranperteman yang sudah lebih dulu menggunakan produk tabungan haji di Bank Muamalat KCP Madiun sehingga nasabah merasa lebih yakin untuk menabung di Bank Muamalat KCP Madiun.

b. Keluarga

Keluarga adalah lingkungan sosial terkecil yang ada pada setiap masyarakat, keluarga menggambarkan kelompok referensi yang paling berpengaruh. Keluarga dibedakan menjadi dua orientasi yang pertama terdiri dari orang tua dan juga saudara kandung kemudian yang kedua adalah pasangan dan anak-anak.⁴ Keluarga berarti lingkungan sosial yang dimana sekelompok orang bertempat tinggal, hubungan dalam pembentukan pola pikir, dan kebudayaan.

Berdasarkan hasil temuan dilapangan nasabah mengetahui produk tabungan haji di Bank Muamalat KCP Madiun diperoleh dari lingkungan keluarga yang sudah lebih dulu menggunakan produk tabungan haji di Bank Muamalat KCP Madiun. Nasabah yang lingkungan keluarganya sudah ada yang menggunakan produk Bank Muamalat KCP Madiun maka akan lebih yakin dan percaya untuk menggunakan produk tersebut juga.

c. Peran Sosial

Peran sosial dapat dikategorikan ke banyak kelompok seperti keluarga, lingkungan bahkan oraganisasi. Pada suatu kelompok banyak

⁴ Ibid., 54.

menghasilkan sumber informasi dan mendukung dalam mendefinisikan norma perilaku. Peran berlangsung pada kegiatan yang diharapkan nantinya dapat dilakukan seseorang, setiap peran menanggung status sosial.⁵ Peran sosial berarti peran yang dilakukan seseorang dalam lingkungan sosialnya yang mana menjadi tuntutan dari masyarakat terhadap seseorang untuk berkontribusi dalam rangka menjaga keutuhan sosial.

Berdasarkan hasil temuan dilapangan nasabah menggunakan tabungan haji karena banyak dari saudara, teman, atau tetangga yang sudah menunaikan ibadah haji sehingga mereka memulai untuk menabung selain itu ada motivasi dari diri sendiri menuanikan ibadah haji sehingga peran sosial mempengaruhi nasabah dalam menabung tabungan haji di Bank Muamalat KCP Madiun..

3. Faktor Pribadi

a. Usia

Kesenangan seseorang dalam hal makanan, pakaian, perabot, dan liburan berkaitan dengan usia seseorang.⁶ Berdasarkan hasil temuan dilapangan usia mempengaruhi nasabah menabung di Bank Muamalat KCP Madiun sebab daftar tunggu haji yang lama sehingga mereka selagi masih muda sudah mulai menabung tabungan haji.

⁵ Ibid., 55.

⁶ Ibid.

b. Keadaan Ekonomi

Dalam memilih produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi, penghasilan yang dapat dibelanjakan, dan perilaku terhadap pengeluaran dan tabungan.⁷ Setiap orang memiliki kondisi ekonomi yang berbeda-beda ada yang keadaan ekonominya tinggi, sedang, dan rendah. Dalam pemelihan suatu produk pastinya akan menjadi sebuah pertimbangan bagi seseorang.

Berdasarkan hasil temuan dilapangan nasabah berkeinginan untuk menunaikan ibadah haji karena keadaan ekonomi yang tidak memungkinkan untuk mendaftar langsung haji sehingga nasabah lebih memilih untuk menabung terlebih dahulu. Nasabah yang keadaan ekonominya sedang atau rendah cenderung akan memilih untuk menabung terlebih dahulu supaya keinginannya terwujud.

c. Kepribadian

Setiap orang memiliki kepribadian yang dimana hal tersebut akan memengaruhi kriteria pembeliannya.⁸ Kepribadian berarti gabungan antara sikap, sifat, pola pikir dan juga hal-hal yang dapat memengaruhi individu supaya berbeperan sesuai dengan agama dan lingkungannya.

Berdasarkan hasil temuan dilapangan nasabah memilih produk tabungan haji rata-rata dipengaruhi oleh karakteristik kepribadian yang dimiliki yang dimana pada Bank Muamalat KCP Madiun menerapkan

⁷ Ibid., 56.

⁸Ibid., 57.

prinsip syariah sehingga nasabah merasa lebih percaya terhadap produk-produk yang ada di Bank Muamalat KCP Madiun. Hal ini sangat memengaruhi nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Muamalat KCP Madiun.

d. Gaya Hidup

Gaya hidup adalah acuan hidup seseorang di dunia yang tergambar pada kegiatan, minat, pendapat, dan validasi. Sebelum memasarkan produk suatu lembaga mengetahui hubungan antara produk yang sedang dipasarkan dengan kelompok gaya hidup.⁹ Gaya hidup berarti bagian dari kebutuhan sekunder seseorang yang akan bisa berubah sewaktu-waktu tergantung seseorang apabila ingin mengubah gaya hidupnya.

Berdasarkan hasil temuan dilapangan nasabah dalam memilih tabungan haji di Bank Muamalat KCP Madiun cenderung tidak dipengaruhi oleh gaya hidup karena nasabah memilih tabungan haji karena keinginan sendiri dan arena ingin menenuaikan ibadah haji. Gaya hidup dalam pemilihan produk tabungan haji di Bank Muamalat tidak begitu memengaruhi minat nasabah sebab nasabah menggunakan produk tabungan haji karena keinginan beribadah.

⁹ Ibid., 58.

4. Faktor Psikologi

a. Motivasi

Setiap orang mempunyai berbagai kebutuhan yang diinginkan pada waktu tertentu. Jenis kebutuhan ada yang bersifat *biogenis* kebutuhan tersebut timbul dari kebutuhan biologis seperti lapar, haus. Suatu kebutuhan akan menjadi motif apabila dilakukan dengan bersungguh-sungguh motif sendiri adalah kebutuhan yang mendorong seseorang untuk bertindak sesuatu.¹⁰ Motivasi berarti proses yang menjelaskan kesungguhan seorang individu dalam mencapai apa yang diinginkannya.

Berdasarkan hasil temuan dilapangan nasabah memulai menabung tabungan haji di Bank Muamalat KCP Madiun karena adanya motivasi dalam diri sendiri untuk menunaikan ibadah haji sehingga memutuskan untuk menabung tabungan haji supaya tujuan dan keinginannya bisa tercapai. Motivasi atau dorongan dari dalam diri sangat memengaruhi minat nasabah memilih produk yang ada di Bank Muamalat khususnya tabungan haji.

b. Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seorang individu menentukan, menyusun, mendefinisikan pengetahuan-pengetahuan yang diperoleh guna menciptakan pandangan yang memiliki arti.¹¹ Persepsi berarti

¹⁰ Ibid.

¹¹ Ibid., 59.

pandangan tentang pengalaman terhadap suatu produk atau kejadian yang telah dialami.

Berdasarkan hasil temuan dilapangan nasabah berminat menggunakan produk tabungan haji di Bank Muamalat KCP Madiun karena nasabah memiliki persepsi terhadap bank muamalat yang menerapkan prinsip syariah dan bebas dari riba sehingga membuat nasabah percaya terhadap produk yang ada di bank muamalat. Hal ini sangat memengaruhi nasabah dalam memilih produk tabungan haji di Bank Muamalat KCP Madiun.

c. Pembelajaran

Saat seseorang melakukan suatu hal maka akan bertambah pengetahuannya. Perilaku manusia adalah hasil dari proses belajar. Ahli teori pembelajaran meyakini pembelajaran diperoleh dari perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.¹²

Berdasarkan hasil temuan dilapangan nasabah dalam menggunakan produk yang ada di Bank Muamalat KCP Madiun mereka merasa puas dan nyaman dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank muamalat. Hal ini sangat memengaruhi nasabah dalam proses pembelajaran yang dialami dan juga menjadikan faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk tabungan haji yang ada di Bank Muamalat KCP Madiun.

¹² Ibid.

d. Keyakinan

Dalam mempromosikan produk pastinya sangat senang apabila konsumen tertarik dan memiliki keyakinan terhadap produk mereka. Keyakinan produk yang sudah ada dalam memori konsumen.¹³ Keyakinan berarti bentuk kepercayaan yang dimiliki konsumen terhadap kualitas produk yang digunakan.

Berdasarkan hasil temuan dilapangan nasabah memiliki keyakinan terhadap produk yang ada di Bank Muamalat KCP Madiun karena menerapkan prinsip syariah dan juga bebas dari riba sehingga nasabah merasa aman dan tidak ragu menggunakan produk di Bank Muamalat KCP Madiun. keyakinan sangat memengaruhi nasabah dalam memilih produk tabungan iB Hirah haji.

Dari hasil wawancara bahwa ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah yaitu faktor budaya, faktor sosial yang terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peran sosial. Kemudian faktor pribadi yang terdiri dari dari usia, keadaan ekonomi, kepribadian, dan gaya hidup. Selanjutnya ada faktor psikologi yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, dan keyakinan. Sehingga dari beberapa faktor tersebut yang paling memengaruhi minat nasabah ialah faktor budaya dari segi agama yaitu karena ingin menyempurnakan rukun Islam yang kelima dan faktor psikologi dari motivasi dan pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat KCP Madiun.

¹³ Ibid., 60.

B. Analisis Kendala yang ditemui dalam Meningkatkan Minat Nasabah pada Tabungan iB Hijrah Haji

Kendala ialah suatu langkah yang diterapkan supaya adanya perkembangan secara teratur dalam kegiatan *manufacturing* dan *nonmanufacturing*. Hal ini dikualifikasikan sebagai “*thinking process*” produk tabungan haji di BMI KCP Madiun menyatakan bahwa adanya sumber daya yang terbatas. Faktor terbatas yang paling krusial disebut dengan kendala yang menjadikan fokus perhatian dari pihak bank. Karena saat suatu lembaga sedang berjalan pastinya akan timbul suatu kendala yang tidak dapat dihindari, baik itu kendala internal ataupun eksternal. Cepatnya suatu pertumbuhan lembaga keuangan di kota Madiun mengakibatkan adanya persaingan yang tidak dapat untuk dihindari dimana bisa dilihat dari lingkungan sudut kota terdapat beberapa lembaga keuangan yang berdampingan satu sama lain. Hal ini sebanding dengan adanya kendala yang dihadapi oleh Bank Muamalat KCP Madiun.¹⁴

Menurut Hansen dan Mowen jenis kendala dapat dikelompokkan menjadi dua jenis sebagai berikut:

1. Kendala internal (*internal constraint*) adalah adanya faktor-faktor yang menjadi penghambat lembaga yang ditemui di dalam lembaga itu sendiri, misalnya masih kurangnya jam terbang.¹⁵ Berdasarkan hasil temuan

¹⁴Budi Kurniawan, “Teori Kendala Sebagai Pengukuran Kinerja,” *Jurnal Akuntansi Bisnis*, Volume 9, Nomor 2, (2016), 212.

¹⁵Hansen dan Mowen, *Manajemen Biaya: Akuntansi dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 606.

dilapangan adanya kendala internal yang dihadapi oleh Bank Muamalat KCP Madiun ialah terbatasnya kantor cabang dan kurangmaksimalnya proses promosi dimana di Madiun hanya ada satu cabang saja yang terletak di Madiun ada juga kantor cabang yang ada di Ponorogo sebelumnya di Ngawi dan Magetan juga ada kantor cabang Bank Muamalat akan tetapi sudah tutup sehingga apabila ingin melakukan transaksi hanya bisa di dua cabang tersebut. Hal tersebut yang membuat kesulitan untuk nasabah yang rumahnya jauh dari lokasi atau bank yang akan melakukan transaksi dan juga belum bisa untuk menjangkau ke plosok-plosok daerah karena jaringan kantor yang masih belum bisa menjangkau lebih luas selain itu juga kurangnya SDM.

2. Kendala eksternal (*external constraint*), adalah faktor-faktor yang menjadi penghambat suatu lembaga yang timbul dari luar lembaga tersebut.¹⁶ Berdasarkan hasil temuan dilapangan adanya kendala eksternal yang dihadapi Bank Muamalat KCP Madiun adalah banyaknya pesaing dari bank syariah lainnya kemudian juga adanya wabah *covid-19* pada tahun 2020-2021 yang menyebabkan penurunan yang signifikan.

C. Analisis Strategi Bank untuk Menghadapi Kendala dalam Meningkatkan Minat Nasabah pada Tabungan iB Hijrah Haji

Strategi ialah landasan dari tujuan sebuah organisasi, dan strategi pada dasarnya memiliki perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuannya.

¹⁶Ibid.,

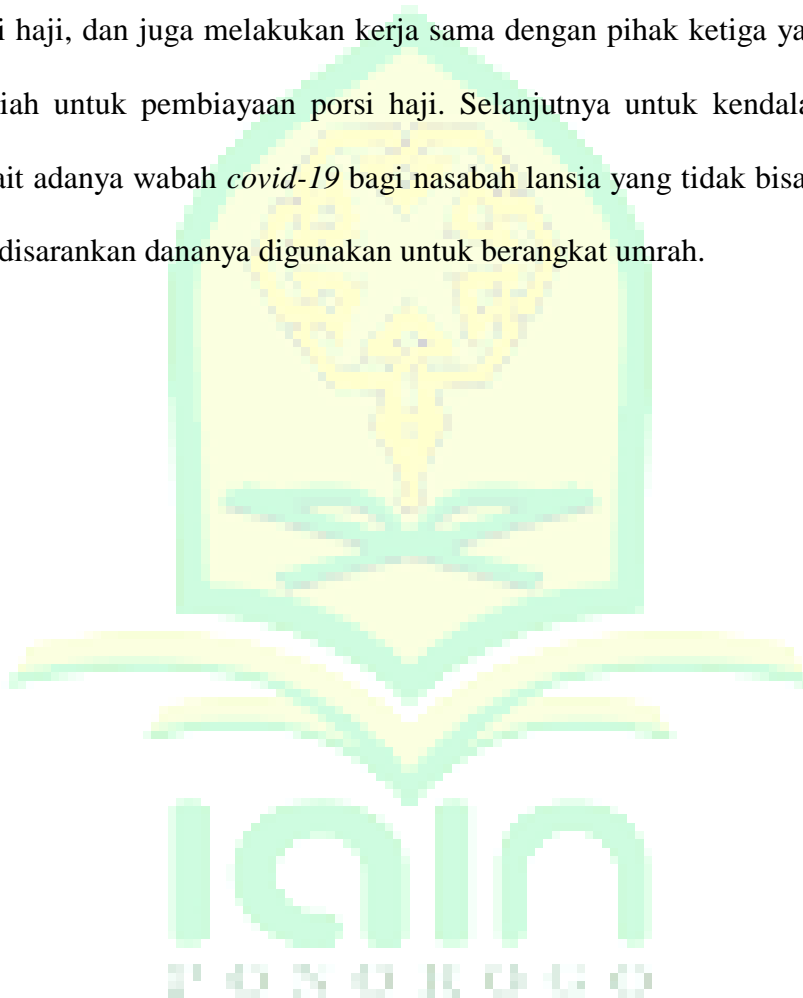
Maka strategi ialah bentuk perencanaan dalam memasarkan produknya yang diterapkan dan dijalankan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Strategi sangat berkaitan erat dengan penggunaan sarana prasarana dalam menunjang kegiatan tersebut, agar berhasil maka digunakan suatu cara, metode dan alat penunjang lainnya, dari adanya beberapa kendala yang dialami oleh Bank Muamalat KCP Madiun tentunya pihak bank juga telah memiliki strategi atas adanya kendala tersebut

Dalam mengimplementasikan suatu produk dari lembaga keuangan syariah pasti dalam prosesnya akan menemui beberapa kendala yang berdatangan, karena adanya kendala yang muncul maka perusahaan pastinya akan memberikan solusi atau strategi bank dalam mengatasi sebuah kendala tersebut selain itu perusahaan juga diwajibkan untuk memiliki strategi yang tepat guna mengatasi adanya kendala tersebut.

Berdasarkan hasil temuan dilapangan peneliti menjumpai terdapatnya beberapa strategi dari pihak bank dalam mengatasi kendala internal ataupun eksternal yang sedang dihadapi oleh Bank Muamalat KCP Madiun. Strategi dalam menghadapi kendala internal ialah dengan memberikan fasilitas alternatif yang memberikan kemudahan seperti adanya fasilitas mobil *branch* yang hadir di setiap kemenag-kemenag kabupaten atau kota terdekat dan juga diberikannya aplikasi *Mobile Banking* guna mempermudah nasabah untuk bertransaksi tanpa harus datang ke kantor cabang. Kemudian juga akan menambahkan *marketing* untuk memasarkan produk tabungan haji dan juga membuat program BSO atau *assisten marketing* yang bertugas mencari

nasabah haji yang akan diterapkan pada paling cepat pada bulan Oktober dan paling lambat awal tahun 2024.

Kemudian untuk strategi dari kendala eksternal terkait banyaknya pesaing dengan bank syariah lainnya upaya dari Bank Muamalat KCP Madiun membuat program berupa haji muda dari BPKH, ujah atau fee buat per referal porsi haji, dan juga melakukan kerja sama dengan pihak ketiga yaitu Amitra Syariah untuk pembiayaan porsi haji. Selanjutnya untuk kendala eksternal terkait adanya wabah *covid-19* bagi nasabah lansia yang tidak bisa berangkat haji disarankan dananya digunakan untuk berangkat umrah.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada produk tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Madiun yaitu:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Madiun dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu Faktor-faktor yang paling mempengaruhi minat nasabah ialah faktor budaya dari segi agama, faktor sosial dari segi kelompok referensi, keluarga, dan peran sosial, faktor pribadi dari segi usia dan keadaan ekonomi, faktor psikologi dari motivasi dan pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat KCP Madiun. Minat nasabah pada produk tabungan haji tumbuh karena adanya motivasi dari dalam diri untuk menyempurnakan rukun islam yang kelima, yaitu melaksanakan ibadah haji ke tanah suci.
2. Kendala yang dihadapi oleh Bank Muamalat KCP Madiun dalam meningkatkan nasabah produk tabungan iB Hijrah Haji meliputi kendala internal dan eksternal. Untuk kendala internal ialah kurangnya kantor cabang dan kurangnya SDM kemudian untuk kendala eksternal banyaknya pesaing dari bank syariah lainnya kemudian juga adanya wabah *Covid-19* pada tahun 2020-2021 yang menyebabkan menurunnya jumlah nasabah.
3. Strategi yang dilakukan Bank Muamalat KCP Madiun dalam menghadapi kendala internal berupa memberikan fasilitas alternatif berupa mobil *branch*

kemudian akan menambah *marketing* untuk memasarkan produk tabungan haji. Selanjutnya untuk upaya dari kendala eksternal di Bank Muamalat KCP Madiun terkait banyaknya pesaing dengan bank syariah lainnya Bank Muamalat KCP Madiun akan membuat program berupa haji muda dari BPKH, kemudian *ujroh* atau *fee* buat per referal porsi haji, kemudian nasabah yang lansia yang tidak bisa berangkat haji digunakan untuk umrah.

B. Saran

Berdasarkan pengkajian penelitian di lapangan maka penulis bermaksud memberikan saran kepada pihak lembaga dan semoga bisa bermanfaat bagi pihak lembaga, saran yang diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Bank Muamalat KCP Madiun sebaiknya lebih memperhatikan perubahan pasar dan masyarakat terhadap produk yang sedang ditawarkan, kemudian lebih memperluas promosi atau sosialisasi produk tabungan iB Hijrah Haji supaya lebih banyak masyarakat yang mengetahui, memahami produk tersebut dan berminat untuk menggunakan produk bank muamalat tersebut.
2. Bank Muamalat KCP Madiun sebaiknya lebih meningkatkan pelayanan dan kinerja karyawannya kepada nasabah yang rumahnya jauh dari kantor cabang bank muamalat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Al Arif, M. R, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Bakker , A., & Zubair, A. C, *Metode Penelitian Filsafat*. Yogyakarta: Kanisius, 1990.
- Basrowi, & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008.
- Ferdinand, A, *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Ghony, M., & Almansur, *Metode Ppenelitian Kualitatif* . Yogyakarta: AR-Ruzz Media, 2012.
- Kotler, *Manajemen Pemasaran, Edisi 1*. Jakarta: PT. Indeks, 2004.
- Kotler, P., & Keller, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlan, 2008.
- Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008.
- Muhamad, *Manajemen Dan Bank Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia, 2004.
- Puthantara, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Shaleh, A. R., & Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Wardana, W. (2018). *Minat Masyarakat Terhadap Produk ar-Rum Haji Pegadaian*. Parepare: IAIN Parepare.
- Zainurossalamia, *Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi*. NTB: Forum Pemuda Aswaja, 2020.

Jurnal

- Akbar, N, "Tinjauan Terhadap Pemasaran pada Tabungan Haji dalam Akad Mudharabah," *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol 3, No 1., 2019.
- Annisa, L., Sari, N., & Nurlina, E, "Analisis Faktor Pendorong Minat Nasabah dalam Memilih Tabungan Haji di Bank Syariah Mandiri KC Aceh," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 6, No. 2., 2021.
- Habibulloh, "Strategi Pemasaran Pada Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KCP Rogojompi," *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, Vol. 1, No. 1., 2022.
- Kurniawan, "Teori Kendala Sebagai Pengukuran Kinerja," *Jurnal Akuntansi Bisnis*, Vol. 9, No. 2., 2016.
- Priyanti, "Analisis Mekanisme Penghimpun Dana Tabungan Haji Dengan Akad Wadi'ah pada BSI KCP Palembang Merdeka," *Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah*, Vol. 1, No. 2., 2021.
- Rachman, A., & Haura, "Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji dan Umrah BTN KCPS Tangerang," *Jurnal Pemikiran Perbankan Syariah*, Vol. 5, No. 1., 2022.

Skripsi

- Ardi "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Pembantu Tomoni," *Skripsi* (Palopo: IAIN Palopo, 2019).
- Hariri, Muhamad Juaini "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji di Koperasi Tani Syari'ah Bina Usaha di Desa Pendem Kecamatan Janapria Lombok Tengah," *Skripsi* (Mataram: UIN Mataram, 2019).
- Isnaini, Novia "Analisis Strategi Bank dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji iB di Bank Mega Syariah KC Mataram," *Skripsi* (Mataram: UIN Mataram, 2022).
- Laksana, Arief Dharma "Peran Meningkatkan Tabungan Haji (Study pada KSPPS BMT Artha Buana Kota Metro)," *Skripsi* (Metro: IAIN Metro, 2019).

Omi, Wasifa Ihatul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji iB Bank Syariah KC Mataramndi Masa Pandemi Covid-19,” Skripsi (Mataram: UIN Mataram, 2022).

Puri, Maya Reakiah “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada PT. Bank BNI Syariah Palu,” Skripsi (Palu: IAIN Palu, 2020.)

Rahmannisa, Maulida Zulfa “Strategi dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Tasya Haji Baitullah,” Skripsi (Metro: IAIN Metro, 2018).

Safrudin, Erwin “Pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji untuk Menarik Minat Masyarakat pada Bank Muamalat Indonesia KCP Za Pagar Alam Bandar Lampung,” Skripsi (Metro: IAIN Metro, 2020).

Sari, Devi Antika “Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Tabungan Haji Studi Studi pada BPRS Metro Madani KC. Kalirejo,” Skripsi (Metro: IAIN Metro, 2018).

website

Kemenag, Proyeksi Pertumbuhan Waittinglist Jemaah Haji, haji.kemenag.go.id (diakses pada tanggal 23 Agustus 2023, jam 16:28 WIB).

Bank Muamalat Indonesia, *Tabungan iB Hijrah Haji*. www.bankmuamalat (dikses 4 Mei 2023, jam 7: 33 WIB)