

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan masyarakat muslim terbesar di bumi. Menurut laporan *Royal Islamic Strategic Research Center (RISSC)* bertajuk *The Muslim 500* edisi 2022, 231,06 juta penduduk Indonesia beragama Islam. Ini setara dengan 86,7% dari total penduduknya. Persentase penduduk muslim di Indonesia juga berjumlah 11,92% dari total penduduk bumi.¹ Masyarakat banyak yang ingin berangkat haji, namun hal ini terkendala oleh besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk menunaikan ibadah haji. Sehingga hanya masyarakat tertentu yang bisa menunaikan ibadah rukun islam ke-lima tersebut.

Melihat problematika masyarakat diatas, pemerintah berupaya untuk memberikan kemudahan bagi warganya untuk menunaikan ibadah haji. Salah satu upayanya yaitu melalui tabungan haji. Pemerintah menunjuk lembaga keuangan syariah untuk bekerjasama karena lembaga keuangan syariah memiliki sistem keuangan yang berpedoman pada prinsip-prinsip yang tertera dalam *Al-quran*, dan dalam perjanjian produk dengan lembaga keuangan syariah, tidak membebankan sistem suku bunga kepada pelanggan dan tidak membayar bunga kepada pelanggan seperti halnya dengan biasa bank konvensional.²

¹ Viva Budi Kusnandar, *Indonesia, negara dengan penduduk muslim terbesar dunia*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/03/rissc-populasi-muslim-indonesia-terbesar-didunia>, diakses tanggal 23 januari 2022.

² Undang-Undang Republik Indonesia No. 34 Pasal 7 tahun 2014 tentang pengelolaan keuangan haji.

Hal ini merujuk pada Undang-Undang Republik Indonesia Pasal 2 No.34 Tahun 2014 Tentang Pengendalian Finansial Haji³ dikatakan bahwa:

“Dana Haji adalah dana setoran biaya penyelenggaraan ibadah haji, dana efisiensi penyelenggaraan haji, dana abadi umat, serta nilai manfaat yang dikuasai oleh negara dalam rangka penyelenggaraan ibadah haji dan pelaksanaan program kegiatan untuk kemaslahatan ummat Islam”

Selain itu, ketentuan mengenai bank syariah pada saat bank menerima simpanan haji diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 34 Tahun 2014 Tentang Pengendalian Finansial Haji⁴ yang menyatakan:

“Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji yang selanjutnya disingkat BPS-BPIH adalah Bank Umum Syariah dan atau Unit Usaha Syariah yang ditunjuk oleh BPKH”

Salah satu lembaga keuangan syariah yang ditunjuk oleh pemerintah untuk membuka tabungan haji adalah Bank Syariah Indonesia. Tabungan Haji di BSI menerapkan sistem *all-age* bertajuk prinsip syariah pakai akad *Wadiah* dan *Mudharabah*. Tabungan ini tidak memiliki biaya pengelolaan bulanan dapat fasilitas kartu ATM juga fasilitas *E-Channel* jika terdaftar di sistem informasi dan komputerisasi haji terpadu Siskohat.

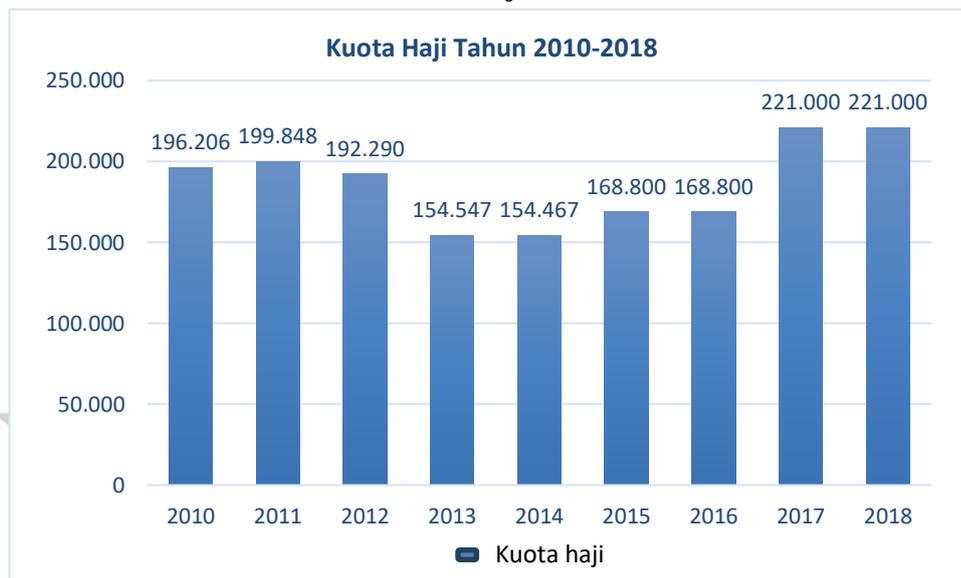
³ Undang-Undang Republik Indonesia No. 34 Pasal 2 tahun 2014 tentang pengurusan keuangan haji.

⁴ Undang-Undang Republik Indonesia No. 34 Pasal 7 tahun 2014 tentang pengurusan keuangan haji.

Lalu pembukaan awal rekening haji di BSI cukup terjangkau yaitu sebesar Rp. 100.000 kita sudah bisa membuka rekening tabungan haji.⁵

Setiap tahun jumlah pendaftar haji selalu meningkat. Hal ini dibuktikan dengan tabel di bawah ini:

Tabel 1.1 Porsi Haji Tahun 2010-2018



Sumber: <https://haji.kemenag.go.id>⁶

Pada diagram diatas menunjukkan jumlah kuota jamaah haji di Indonesia dari tahun 2010 sampai tahun 2018. Pada tahun 2010 terdapat kuota sebanyak 196.206 lalu pada tahun 2011 kuota sebanyak 199.848, selanjutnya di tahun 2012 kuota haji sebanyak 192.290, bisa kita lihat pada tahun 2013 dan 2014 terdapat penurunan kuota, yang dimana jumlah kuota tersebut adalah 154.547 dan 154.467, lagi-lagi pada tahun 2015 dan 2016 terjadi kenaikan kuota yang dimana jumlah kuotanya sama di 168.800

⁵ <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/individu/haji-dan-umroh/1617941468bsi-tabungan-haji-indonesia>, diakses tanggal 23 januari 2022.

⁶ <https://haji.kemenag.go.id> _diakses tanggal 12 januari 2022

jiwa, begitu juga tahun 2017 terjadi kenaikan kuota jemaah haji sebanyak 221.000, dan di 2018-an diputuskan oleh KEMENAG (Kementerian Agama) sebanyak 221.000 porsi. keputusan KEMENAG perihal jumlah porsi haji tahun 2018 itu telah ditandatangani oleh ketua KEMENAG. Intinya di Indonesia diakhir-akhir tahun pada tabel tersebut ada penambahan porsi haji disebabkan sangat banyak terdapat umat muslim yang hendak melaksanakan ibadah haji.

Melihat meningkatnya kuota haji di Indonesia tentu saja tak lepas dari minat nasabah untuk membuka tabunngan haji di bank syariah. Minat nasabah menjadi salah satu faktor penentu dalam pengambilan keputusan produk apa yang akan digunakannya. Menurut Prof. Dr. Iskandarwasid dan Dr. H. Dadang Sunendar, minat ialah gabungan antar keinginan dan kemauan yang dapat bertumbuh.⁷

Minat merupakan kecanduan manusia yang tetap melibatkan dan mengingat setiap aktivitas.⁸ memahami akan gerak konsumen (nasabah) tak putus dari minat daya ingin masyarakat, sebelum mengambil keputusan, bisa dikatakan terdapat ikhtiar untuk memahami dan mempelajari dari perilaku konsumen mengenal produk tersebut. atau nasabah itu sendiri.

⁷ Iskandarwasid & Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, (Bandung: Rosda, Cet. Ke3, 2011), hlm. 113.

⁸ Slameto, *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hlm. 78.

Berikut adalah data minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan haji Indonesia di BSI KCP (Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu) Mojokerto Mojopahit 2.

Gambar 1.3 pertumbuhan nasabah yang menabung di BSI KCP Mojokerto Mojopahit 2 menggunakan produk tabungan haji Indonesia



Sumber: Laporan register tanda terima nasabah BSI KCP Mojokerto Mojopahit 2

Grafik sampel data diatas diambil dari bulan februari sampai bulan oktober tahun 2021. Dari bulan februari hingga maret mengalami peningkatan nasabah sebanyak 77 nasabah yang awalnya pada bulan februari 34 nasabah dan maret 43 nasabah. Selanjutnya mulai bulan maret hingga oktober mengalami penurunan, akan tetapi penurunan drastis terjadi pada bulan april dan september, dimana pada bulan agustus sampai september hanya bertambah 16 saja. Total nasabah pengguna tabungan haji Indonesia di BSI KCP Mojokerto Mojopahit 2 pada bulan februari sampai oktober 2021 berjumlah 184 nasabah.⁹ Sehingga dapat

⁹ Diah Sarah Shafira, *Wawancara*, BSI KCP Mojokerto Mojopahit 2, 11 januari 2022.

disimpulkan bahwasannya pengguna produk tabungan haji indonesia di bank tersebut masih sangat kurang dilirik oleh nasabah.

Dalam menarik minat nasabah untuk menggunakan produk tabungan haji dilakukan dengan berbagai upaya, salah satunya dengan menggunakan kualitas produk. Kualitas produk merupakan sebuah pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mendapat nilai jual yang lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing, para nasabah akan mencari produk yang memberikan pelayanan terbaik kepadanya.¹⁰ Dengan demikian, kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih produk bank.

Kualitas produk tabungan haji memiliki keunggulan yang ditawarkan oleh BSI KCP Mojokerto Mojopahit 2 antara lain yaitu: Pertama, nasabah bisa menerima informasi melalui beberapa pilihan notifikasi melalui SMS, email dan WA, dan mendapatkan fasilitas ATM. Kedua, nasabah tidak dikenakan biaya administrasi bulanan. Ketiga, nasabah akan dibantu tentang perencanaan ibadah haji dan umroh. Keempat, nasabah diberi kemudahan untuk mendapatkan porsi keberangkatan haji dengan sistem dilakukan secara online dengan Siskohat Kementerian Agama dari minimal usia 12 tahun. Kelima, bebas biaya penutupan rekening. Keenam, nasabah hanya membuka rekening minimal Rp.100.000. Hal yang perlu digarisbawahi dari keunggulan tabungan haji BSI yaitu berlaku untuk seluruh usia dengan minimal 12 tahun memakai

¹⁰ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan strategi*, (Jakarta. PT Raja Grafindo Persada . 2004), hlm. 25

akad *Wadiah* dan *Mudharabah*, juga dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas E-Channel.¹¹

Namun pada kenyataannya, keunggulan yang didapat terdapat ketidaksesuaian dengan apa yang ditawarkan. Diantaranya yaitu ATM Visa (Anjungan Tunai Mandiri) Haji dan *E-Channel*. Saat diluncurkan, nasabah baru mendapatkan kartu ATM Visa haji Indonesia dan fasilitas *E-Channel (mobile dan net banking)* apabila nasabah telah melakukan pendaftaran porsi haji. Hal ini tidak sesuai dengan apa yang sudah mereka tawarkan dalam promosi keunggulan produk. Ketidaksesuaian dan ketidakpuasan nasabah terhadap kualitas produk menyebabkan menurunnya kepercayaan dan minat nasabah terhadap BSI itu sendiri. Selain itu, batas minimal usia 12 tahun itu juga menjadi kendala dalam masyarakat. Pada kenyataannya banyak masyarakat yang sudah merencanakan ibadah haji sejak dini karena sejak tahun 2015 masyarakat Indonesia harus menunggu antrean pemberangkatan naik haji yang mencapai 20 tahun.¹²

Korelasi kualitas produk dengan minat nasabah menjadi titik fokus, supaya dapat menepatkan kebutuhan maupun niat nasabah. Kualitas yang didapatkan harus memenuhi unsur pemenuhan yang disesuaikan dengan kebutuhannya.¹³ Dari pengujian Sri Wulandari mendapatkan kualitas

¹¹ <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/individu/haji-dan-umroh/1617941468bsi-tabungan-haji-indonesia> Diakses pada tanggal 15 januari 2022.

¹² Gilar Ramdhani, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4066548/terpaksa-menunggu-20-tahun-ini-alasan-butuh-waktu-lama-untuk-naik-haji> Diakses pada tanggal 5 februarii 2022.

¹³ Philip Kotler, dkk, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, (Yogyakarta: ANDI, 2002), hlm. 70.

produk pengaruhnya positif terhadap minat nasabah dalam penggunaan produk pembiayaan *murabahah* di BMT (*Baitul Mal Wat Tamwil*) *Mu'awanah* Palembang.¹⁴ Sama halnya dengan Homsatun, ia meneliti bahwa kualitas produk pengaruhnya signifikan terhadap minat nasabah yang menyimpan dananya di bank syariah.¹⁵ Oleh karena itu dapat disimpulkan dari penelitian diatas semakin bagus kualitas produk yang diberikan, semakin tinggi minat masyarakat terhadap produknya.

Selain kualitas produk, terdapat indikasi lain yang harus difokuskan oleh BSI untuk lebih mendapatkan minat nasabah yaitu dengan promosi. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.¹⁶ Penerapan strategi promosi yang tepat dan benar dapat mendorong minat nasabah dalam menggunakan salah satu produk yang ada di BSI KCP Mojokerto Mojopahit 2.

¹⁴Sri Wulandari, “*Pengaruh Margin dan Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah pada BMT (Baitul Mal Wa Tamwil) Mu'awanah Palembang*”, (Skripsi – UIN Raden Fatah Palembang, 2017), hlm. 70.

¹⁵ Khomsatun, “*Pengaruh Lokasi, Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah untuk Menabung Pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari*”, (Skripsi IAIN Kendari, 2017), hlm. 74.

¹⁶ Rambat Lupiyoadi, A.Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006) hlm. 120.

Dalam era 4,0 banyak sekali inovasi untuk melakukan pemasaran bagi BSI untuk promosinya. Penulis melakukan wawancara terhadap pihak bank bahwa promosi yang sudah dilakukan hanya melalui *offline promotion* seperti brosur dan pamflet yang disebar di *banking hall* dan papan iklan di depan bangunan bank. Diharapkan terdapatnya kegiatan promosi bisa menambahkan minat nasabah dalam memakai produk tabungan haji Indonesia di BSI KCP Mojokerto Mojopahit 2.¹⁷

Sejauh ini strategi promosi yang dilakukan hanya sebatas menonjolkan kelebihan produknya tanpa memahami keinginan maupun emosi para pelanggan.¹⁸ Akibatnya, nasabah kurang tertarik dengan penawaran yang disampaikan, dan cenderung berpaling ke produk lain yang pelayanannya lebih pas dengan keinginannya.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh M. Ufuqul Mubin bahwasannya hasil dari penelitiannya menunjukkan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan pada produk *kafalah* haji di KSPPS MUI Jawa Timur.¹⁹ Lain halnya penelitian dari Syahmizi Panggabean menunjukkan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada produk tabungan haji di bank Muamalat Indonesia KCU Padangsimpuan.²⁰

¹⁷ Diah Sarah Shafira, *Wawancara*, BSI KCP Mojokerto Mojopahit 2, 11 januari 2022.

¹⁸ AM, *Wawancara terhadap nasabah*, 16 januari 2022.

¹⁹ M. Ufuqul Mubin dan Nia Nur Anggraini. *Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Kafalah Haji di KSPPS MUI Jawa Timur*. Jurnal ekonomi syariah. Vol.4 No.1 2021. Hlm. 61.

²⁰ Syahmizi Panggabean. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan*. Skripsi 2020.hlm. 101.

Dengan adanya persoalan atau fenomena diatas, menarik peneliti untuk melakukan penelitian menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisa seberapa jauh pengaruh dari promosi dan kualitas produk tersebut terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan haji Indonesia. Menurut permasalahan yang telah diuraikan oleh peneliti diatas, judul penelitian yaitu **“Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Haji Indonesia Pada BSI KCP Mojokerto Mojopahit 2”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah promosi pada produk tabungan haji indonesia berpengaruh terhadap minat nasabah di BSI KCP Mojokerto Mojopahit 2?
2. Apakah kualitas produk pada produk tabungan haji indonesia berpengaruh terhadap minat nasabah di BSI KCP Mojokerto Mojopahit 2?
3. Apakah promosi dan kualitas produk pada produk tabungan haji indonesia berpengaruh terhadap minat nasabah di BSI KCP Mojokerto Mojopahit 2?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh promosi pada produk tabungan haji indonesia terhadap minat nasabah di BSI KCP Mojokerto Mojopahit 2.
2. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh kualitas produk pada produk tabungan haji indonesia terhadap minat nasabah di BSI KCP Mojokerto mojopahit 2.
3. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh promosi dan kualitas produk pada produk tabungan haji indonesia terhadap minat nasabah di BSI KCP Mojokerto mojopahit 2.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang akan penulis lakukan diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis dan pihak-pihak yang lainnya. Adapaun manfaatnya adalah:

1. Teoritis
 - a. Hasilnya bisa dijadikan masukan dalam pengembangan ilmu terkhusus di bidang manajemen pemasaran dalam memasarkan produk yang ada di perbankan syariah.
 - b. Capaian dalam skripsi ini diharapkan dapat digunakan acuan untuk penelitian yang selanjutnya.
 - c. Menjadikan penelitian ini sebagai bahan yang bisa dipelajari mengenai prodak perbankan syariah dalam meningkatkan minat nasabah.
2. Praktis
 - a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini digunakan sebagai sarana untuk menerapkan berbagai teori yang diperoleh dari perkuliahan dan praktek lapangan serta mengetahui pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap minat konsumen pelanggan menggunakan produk haji tabyingan.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi manfaat, saran serta masukan bagi instansi dalam menjalankan kegiatan bank khususnya dalam manajemen pemasaran dalam menggaet minat menggunakan produk tabungan haji indonesia.

c. Bagi Akademik

Sebagai media dan bahan informasi pengembangan teori dalam ilmu pengetahuan yang didapatkan selama perkuliahan.

