

Factors Affecting the Interest of Prospective Hajj Pilgrims Choosing Arafah Savings at PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCU Padangsidimpuan

Afni Lestari Nasution¹, Darwis Harahap², Sry Lestari³, Syuaib Nasution⁴

¹IAIN Padangsidimpuan (Perbankan Syariah, FEBI, IAIN Padangsidimpuan)

² IAIN Padangsidimpuan (Perbankan Syariah, FEBI, IAIN Padangsidimpuan)

³ IAIN Padangsidimpuan (Perbankan Syariah, FEBI, IAIN Padangsidimpuan)

⁴ IAIN Padangsidimpuan (Perbankan Syariah, FEBI, IAIN Padangsidimpuan)

afnilestari386@gmail.com¹, darwisharahap@iain-padangsidimpuan.ac.id², srylestari@iain-padangsidimpuan.ac.id³, syuaibnasution@iain-padangsidimpuan.ac.id⁵

ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh kurangnya minat calon jama'ah haji memilih tabungan haji arafah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCU Padangsidimpuan, data yang di peroleh mengalami fluktuasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh promosi, pelayanan, dan produk secara simultan terhadap minat nasabah memilih tabungan tabungan haji arafah di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCU Padangsidimpuan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket, dengan jumlah sampel 92 responden dengan teknik pengukuran sampelnya adalah rumus slovin. Analisis yang digunakan adalah uji validitas dan uji reabilitas serta uji asumsi klasik. Analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinai R². Hasil penelitian ini secara simultan promosi, pelayanan, dan produk berpengaruh secara simultan terhadap minat calon jama'ah haji memilih tabungan arafah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCU Padangsidimpuan.

Kata Kunci: Minat, Promosi, Pelayanan, dan Produk

ABSTRACT

This research is motivated by the lack of interest of prospective pilgrims in choosing Hajj Arafah savings at PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCU Padangsidimpuan, the data obtained fluctuated. The purpose of this study was to determine the effect of promotion, service, and product simultaneously on customer interest in choosing Hajj Arafah savings savings at Bank Muamalat Indonesia Tbk KCU Padangsidimpuan. This research is a quantitative research, the data source used is primary data. The data collection technique used is a questionnaire, with a sample of 92 respondents and the sample measurement technique is the Slovin formula. The analysis used is validity test and reliability test and classical assumption test. Multiple linear regression analysis, hypothesis testing and determination coefficient test R². The results of this study simultaneously promotion, service, and product simultaneously influence the interest of prospective pilgrims to choose Arafah savings at PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCU Padangsidimpuan.

Keywords: Interests, Promotions, Services, and Products

A. PENDAHULUAN

Bank Muamalat Indonesia (BMI) merupakan Bank umum pertama yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Sehingga tinjauan terhadap peluang bisnis bank konvensional, tetapi juga perlu dikaji dari masalah khusus yang bersifat khusus bank Islam. (Ahmad Ramzi Tadjo: 1992, hlm.127).

Bank Muamalat Indonesia memiliki beberapa produk, salah satunya produk Tabungan Haji Arafah yaitu tabungan haji yang dimaksudkan untuk mewujudkan niat nasabah untuk menunaikan ibadah haji. Selain Bank Muamalat Indonesia ada pula bank-bank lain yang menerima setoran biaya penyelenggaraan ibadah haji (BPIH) antara lain Bank Sumut Syariah, Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, dan lain-lain. Artinya ada persaingan antar Bank yang satu dengan yang lain dalam mendapatkan nasabah untuk mendorong calon jamaah haji menabung.

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCU Padangsidempuan memberikan rangsangan berupa souvenir dan hadiah-hadiah yang menarik kepada nasabah Tabungan Haji Arafah. Ini bertujuan agar calon nasabah tertarik untuk menggunakan produk Tabungan Haji Arafah. Souvenir eksklusif yang bervariasi dan perlengkapan haji akan diberikan kepada nasabah yang telah melunasi biaya setoran haji. Hadiah yang menarik yaitu 5 (lima) pemenang undian setiap bulannya akan berkesempatan mendapat umrah gratis. Salah satu hal penting dalam menarik minat nasabah selain memberikan hadiah kepada nasabah adalah melakukan promosi kepada calon nasabah. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. (Wilda Khairani Daulay: 2017, hlm 140)

Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Padangsidempuan salah satunya melalui brosur. Pihak bank memperkenalkan produk Tabungan Haji Arafah melalui brosur yang disebar.

Sama halnya dengan hadiah dan promosi, harga yang ditawarkan oleh bank juga mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk bank. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan harga akan berakibat fatal dan produk yang ditawarkan.

Pelayanan tersebut dapat merupakan sebagai halnya bagaimana karyawan melayani nasabah agar nasabah mau berminat memilih tabungan ini bagaimana cara nasabah untuk melakukan memilih tabungan haji ini sementara masih banyak tabungan haji lainnya.

Jumlah umat Islam di berbagai belahan dunia dari tahun ke tahun bertambah banyak umat Islam yang akan menunaikan ibadah haji. Ibadah haji adalah suatu ibadah yang termasuk dalam rukun Islam yang wajib dilaksanakan bagi umat Islam yang mampu, baik secara materi maupun fisik dalam rangka mengunjungi Rumah Allah (Baitullah). (Imam AL-Ghazali: 2017, hlm.1)

Indonesia adalah negara penyumbang jamaah haji terbesar di dunia negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Negara Indonesia saat ini terjadi peningkatan jumlah calon jamaah haji pada tiap tahunnya. Peningkatan jumlah

jamaah haji yang semakin banyak yang menjadikan pemerintah kerajaan Arab Saudi menetapkan aturan berdasarkan ketetapan organisasi konferensi Islam mengenai jadwal pemberangkatan haji dengan cara memberikan pembatasan kuota terhadap calon jamaah haji yang akan berangkat ke tanah suci dengan mekanisme daftar tunggu (waiting list). ([Http://kemenag.go.id.html](http://kemenag.go.id.html):2017).

Tabel 1.1
Jumlah Tabungan Haji Arafah

No	TAHUN	JUMLAH TABUNGAN HAJI
1	2010	473
2	2011	451
3	2012	194
4	2013	53
5	2014	70
6	2015	139
7	2016	215
8	2017	207
9	2018	247
	Jumlah	1125

Sumber: www.Bankmuamalat.co.id

Berdasarkan data di atas dapat mengetahui bahwa jumlah nasabah yang menggunakan produk mengalami fluktuasi. Pada tahun 2010 mengalami peningkatan menjadi 473 nasabah, pada tahun 2011 menurun menjadi 451 nasabah, pada tahun 2012 berjumlah 194, pada tahun 2013 mengalami makin menurun berjumlah 53 nasabah, pada tahun 2014 menurun lagi menjadi 70 nasabah, pada tahun 2015 berjumlah 139, pada tahun 2016 berjumlah 215, pada tahun 2017 menurun lagi berjumlah 207, dan pada tahun 2018 mengalami peningkatan berjumlah 247.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang minat nasabah "Faktor-faktor Yang

Mempengaruhi Minat Calon Jama'ah Haji Memilih Tabungan Arafah di PT.Bank Muamalat Indonesia Tbk KCU Padangsidempuan".

B. METODE

Lokasi penelitian dilakukan di PT. Bank Muamalat Tbk KCU Padangsidempuan. Waktu penelitian dilaksanakan dari bulan september sampai selesai.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan menggunakan data kuantitatif (data yang berbentuk angka atau dapat diangkakan) atau data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka). Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif karena metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, teknik pengambilan sample pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data menggunakan statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Muddrajat kuncoro:2009, hlm 145).

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Studi atau penelitiannya juga disebut studi populasi atau studi sensus. (Sugyono: 2012, hlm 13)

Adapun populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan

tabungan haji arafah di Bank muamalat indonesia yaitu sebanyak 1125 nasabah.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Apabila subjeknya kurang dari seratus, maka lebih baik diam bila semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi.(sugiono: 2013,hlm 14).

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan angket dan dokumentasi.

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab.

Dokumentasi merupakan catatan yang sudah berlaku, bisa dalam bentuk tulisan, gambar atau karya seni dari seseorang. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah dokumentasi, peraturan peraturan, brosur, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah dengan bantuan SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 23 sebagai alat hitung.

1. Validitas

Validitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur benar-benar mengukur apa yang akan diukur. Suatu skala pengukuran disebut valid apabila ia melakukan apa yang seharusnya diukur. Uji validitas berguna untuk

mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner yang harus diganti karena dianggap tidak valid.

2. Reliabilitas

Suatu instrumen pengumpulan data dikatakan reliabel jika pengukurannya konsisten dan akurat. Jadi, uji reliabilitas instrumen sebagai alat ukur sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya. Untuk menguji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dengan kofisien Alfa (α) dari Cronbachis Alpha. Jika nilai Cronbachis Alpha > 0,60 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah "reliabel". Jika nilai Cronbachis Alpha <0,60 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah " tidak reliabel".

3. Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi variabel dependen, variabel independen atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Normalitas suatu data penting karena dengan data yang didistribusikan normal maka data tersebut dianggap dapat mewakili suatu populasi.

Kolmogrov-smirnov merupakan uji normalitas untuk sampel besar. Pada SPSS, jika menggunakan taraf signifikan $\alpha = 0,01 >$ nilaisig

SPSS, maka dapat dikatakan bahwa data mengikuti distribusi normal dan sebaliknya.

4. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0,01. Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas yang digunakan dalam model persamaan regresi, kriteria keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima.
- 2) Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

5. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Setelah F_{hitung} diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:

- 1) $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima.
- 2) $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Kesimpulan

Hasil terprestasi dari hasil regresi Minat = $14,103 + 0,176 \text{ Promosi} + 0,144 \text{ Pelayanan} + 0,318 \text{ Produk}$. Angka ini dapat diartikan bahwa konstanta sebesar 14,103 artinya jika variabel

X1 (Promosi), X2 (Pelayanan), X3 (Produk) nilai 0, maka minat (Y) nilainya 14,103.

Hasil koefisien determinasi R Square sebesar 0,099. Artinya persentasi sumbangan pengaruh promosi, pelayanan dan produk terhadap minat calon nasabah haji memilih tabungan arafah di Bank Muamalat Indonesia Tbk. KCU Padangsidempuan sebesar 9,9%. Sedangkan sisanya sebesar 90,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dicantumkan pada penelitian ini.

Dari hasil output di atas F_{hitung} (4,330) $> F_{tabel}$ (2,15) dan signifikansi $< 0,1$ ($0,007 < 0,1$) maka H_0 ditolak jadi dapat disimpulkan bahwa promosi, pelayanan dan produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat memilih tabungan arafah di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCU Padangsidempuan.

Model regresi ini dinyatakan lulus dari uji asumsi klasik. Data terdistribusi normal dengan menggunakan uji one sample-kolmogorovsmirnov test. Nilai VIF yang diketahui antar variabel independen tidak terdapat multikolinieritas. Untuk uji Heterokedastisitas digunakan dengan diagram scatterplot, yang dimana dapat dilihat bahwa diagram pancar

residual tidak membentuk suatu pola tertentu.

Jadi dapat disimpulkan bahwa regresi tersebut

terbebas dari kasus heterokedastisitas.

2. Saran

Semoga adanya pengetahuan masyarakat terhadap minat nasabah dalam memilih tabungan arafah.

DAFTAR PUSTAKA

Ahcmad Ramzi Tadjoeidin dkk, Berbagai Aspek Perbankan Syariah, Yogyakarta: P3EIFE UII dan Tiara Wacana Yogya, 1992.

Achmad subianto, Menata Kembali Manajemen Haji Indonesia, Jakarta: Yakamus dan gibbon books, 2016.

Adi Sasmito utomo "Minat Siswa dalam Mengikuti Kegiatan Ekstrakuler Olahraga, Studi kasus di smp N 2 Tuntang kabupaten semarang tahun 2011", Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2011.

Djali, Psikologi Pendidikan, Jakarta: Bumi Aksara, 2009.

H. Edi mulyono, H. harum Abu rofi'ie, Panduan Praktis dan Terlengkap Ibadah Haji dan Umrah, Yogyakarta: Safirah, 2013.

_____, Panduan Praktikum Yogyakarta :Safitri, 2013.

Ikatan Bankir Indonesia, Memahami Bisnis Bank, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012.

Imam Al-Ghazali, Rahasia Haji dan Umrah, Jakarta: Maktabah AL-Asriyah, 2017

Juliansyah Noor, Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertai dan Karya Ilmiah, Jakarta: Kencana, 2012.

Kasmir, Pemasaran Bank, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

Marison, Metode Penelitian Survey Jakarta: Kencana, 2012.

Muddrajat kuncoro, metode riset untuk bisnis dan ekonomi, Jakarta: Erlangga, 2009.

_____, Penelitian Untuk Bisnis dan Ekonomi, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006.

M.nur Rianto Al-arif, Dasar Pemasaran Bank Syariah, Bandung: Alfabeta, 2010

Peraturan Kementrian Agama tentang Ibadah Haji, diakses pada <http://kemenag.go.id.html>, tanggal 3 November 2017, pukul 18.48 WIB.

Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, Ekonometrika Yogyakarta: ANDI, 2010

Soegyarto Mangkuatmodjo, Statistik Lanjutan, Jakarta: Rineka Cipta, 2004.

Sugiyono, Metode Penelitian bisnis, Bandung: Alfabet, 2012.

Syofiatin Siregar, Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.

Wilda Khairani Daulay, Nasabah Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, 29 Oktober 2017.