



Pengaruh Layanan Produk Tabungan Dana Haji dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Study di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Labuan

Arka*¹, Oom Mukarromah ²

¹MA Swasta Darul Hasan, Indonesia

²UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Indonesia

E-mail: arka.sesy@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the service of Hajj fund savings products on customer interest in saving, marketing strategy of Hajj fund savings on customers in saving, the influence of services and marketing strategies on interest in Hajj fund savings. The method used is descriptive quantitative method. Validity and reliability tests were carried out and classical assumption tests including Multicollinearity Test, Autocorrelation Test, Heteroscedasticity Test, Normality Test. Then using Multiple Linear Regression Analysis Requirements Submission and Hypothesis Submission, Partial Test (t Test), Simultaneous Test (f Test), Correlation Coefficient (r), Coefficient of Determination (R-Squares). After doing the research, it is known that the variable of Hajj Fund Savings Service Variable (X1). From the calculation results, the t_count value is 4.131 and the t_value (table) is 1.671 with a significant value of 0.000 < 0.05 and the regression coefficient value is positive at 0.538. So it can be said that there is a positive and significant effect between Hajj fund savings services and customer interest in saving. Marketing Strategy Variable (X2) From the calculation results, the t_count value is 1.586. And the value of t_table is 1.671 with a significant value of 0.118 < 0.05 and the value of the regression coefficient is positive at 0.216. H0 is rejected, meaning that there is a positive and significant effect between marketing strategy and customer interest in saving, stating that, marketing strategy has a significant effect on customer interest in saving.

Keyword : *Services, Hajj Fund Savings Products, Marketing Strategy, Customer Interests*

Pendahuluan

Islam ditegakkan di atas lima pilar, kelima pilar tersebut adalah syahadat, shalat, puasa, zakat, dan haji. Pilar Islam terakhir yang menjadikan keberislaman seorang Muslim menjadi lebih sempurna adalah jika mampu menunaikan ibadah haji ke dua tanah Suci Makkah dan Madinah. Pelaksanaan pilar Islam yang ke lima ini tidak diwajibkan kepada setiap orang. Hanya mereka yang tergolong mampu dan sanggup saja yang diwajibkan untuk melaksanakannya. Kemampuan dan kesanggupan dimaksud terutama sekali terkait dengan penguasaan ilmu, fisik, dan pembiayaan untuk menunaikan ibadah haji yang memang tidak sedikit. Ibadah haji adalah penyempurnaan dari rukun Islam yang kelima bagi kaum Muslimin kewajiban ini berlaku sepanjang hidupnya. Ibadah ini memerlukan persyaratan-persyaratan yang tidak dipenuhi oleh setiap orang Muslimin yang memiliki kemampuan untuk melaksanakannya.

Di era modern ini teknologi semakin canggih persaingan semakin ketat semua itu tidak bisa di tolak, melihat fenomena seperti itu kebutuhan dan kewajiban seorang manusia semakin bertambah baik sandang pangan dan papan, sebagai manusia yang diberikan akal dan pemikiran yang sehat dari Allah SWT, yang berbeda dengan makhluk lainnya maka segala kewajiban harus di laksanakan menjalani perintah-Nya menjauhi larangannya. Dalam dunia perbankan, perbankan saat ini berusaha menawarkan produk tabungan haji kepada masyarakat luas untuk memenuhi kebutuhan dan keperluan masyarakat salah satunya dengan menawarkan jasa melalui tabungan, hingga pembiayaan usaha, persaingan seperti yang memberikan kemudahan kepada masyarakat.

Perbankan syariah sebagai salah satu lembaga keuangan berdasarkan prinsip syari'ah memberikan kemudahan dengan membuka produk tabungan haji, meskipun baru beberapa bank syariah yang mengeluarkan produk tersebut. Dengan adanya tabungan haji seseorang yang ingin melaksanakan ibadah haji dapat mengumpulkan sejumlah uang untuk berangkat ke Baitullah. Dalam setiap produk yang dikeluarkan oleh bank syariah tentunya menggunakan ketentuan yang sesuai dengan syariat, karena bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Pembahasan produk perbankan syariah kita fokuskan pada produk tabungan haji itu semua tidak lepas dari ketentuan-ketentuan.

Adanya ketentuan-ketentuan tentang tabungan haji, baik ketentuan dalam hukum agama maupun ketentuan dalam hukum positif di Indonesia menjadikan lembaga-lembaga perbankan membuka produk bisnis untuk menyimpan dana haji melalui produk tabungan haji. Produk tabungan haji saat ini banyak dijalankan oleh lembaga perbankan syari'ah. Adanya produk tabungan haji pada lembaga perbankan merupakan suatu prospek yang bagus ke depannya mengingat di negra-ngara mayoritas penduduknya beragama Islam.

Tabungan haji memudahkan nasabah untuk menentukan keberangkatan haji secara terencana dan membantu nasabah dalam pengelolaan dana untuk menunaikan ibadah haji, produk tabungan dalam perbankan syariah memiliki landasan hukum sesuai dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No. 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan 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 wadiah.

Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Pasal 19 ayat 1 tentang kegiatan Bank Umum Syariah meliputi :

- a. Menghimpun dana dalam bentuk Simpanan berupa Giro, Tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan Akad wadiah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah;
- b. Menghimpun dana dalam bentuk Investasi berupa Deposito, Tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan Akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Tabungan merupakan produk bank yang paling menarik bagi masyarakat Indonesia pada umumnya. Banyak keuntungan yang akan didapat dengan menjadi nasabah. Selain dananya aman jenis tabungan yang sangat menarik pada saat sekarang ini adalah tabungan haji, mengingat Indonesia merupakan jaman terbesar dari seluruh dunia. Dalam hal ini pemerintah terus menerus memperbaiki peraturan tentang pelaksanaan ibadah haji, baik itu menyangkut prosedur pendaftaran haji, perlindungan, ataupun fasilitas para jemaah haji dari manasik sampai kegiatan di Tanah Suci Makkah.

Pertumbuhan setiap bank sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuannya menghimpun dana masyarakat, baik bersekala kecil maupun besar dengan masa pengendapan yang memadai. Sebagai lembaga keuangan, masalah bank yang paling utama adalah dana. Tanpa dana yang cukup, bank tidak dapat berbuat apa-apa, atau dengan kata lain bank tidak dapat berfungsi sama sekali.

Dana adalah uang tunai yang dimiliki atau dikuasai oleh bank dalam bentuk tunai, atau aktiva lain yang dapat segera diubah menjadi uang tunai. Uang tunai yang dimiliki atau dikuasai oleh bank tidak hanya berasal dari para pemilik bank itu sendiri, tetapi juga berasal dari titipan atau penyertaan dana orang lain atau pihak lain yang sewaktu-waktu atau pada suatu saat tertentu akan ditarik kembali, baik sekaligus ataupun secara berangsur-angsur. Berdasarkan data empiris selama ini, dana yang berasal dari para pemilik bank itu sendiri, ditambah cadangan modal yang berasal dari akumulasi keuntungan yang ditanam kembali pada bank, hanya sebesar 7% sampai 8% dari total aktiva bank (Arifin, 2005). Bank mempunyai peran dalam menghimpun dana masyarakat, karena merupakan lembaga yang dipercaya oleh masyarakat dari berbagai macam kalangan dalam menempatkan dananya secara aman. Masyarakat percaya bahwa dana yang ditempatkan di bank keamanannya lebih terjamin dibandingkan ditempatkan di lembaga lain.

Bank menghimpun dana masyarakat kemudian menyalurkan dananya kepada masyarakat dengan tujuan untuk mendorong peningkatan taraf hidup rakyat banyak. Dua fungsi pokok bank yaitu penghimpunan dana masyarakat dan penyaluran dana kepada masyarakat, oleh karena itu di sebut Financial Intermediary (Ismail, 2011). Salah satu tujuan utama perusahaan khususnya perusahaan jasa dalam hal ini bank adalah menciptakan kepuasan pelanggan sebagai hasil penelitian pelanggan terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk/jasa tersebut. Apakah keinginan yang diterimanya lebih besar (minimal sama) daripada harapannya, maka pelanggan puas, sebaliknya kinerja yang diberikan dari pemakaian produk/jasa tersebut lebih kecil daripada apa yang diharapkannya maka pelanggan tidak puas (Al Arif, 2012).

Tinjauan Pustaka

Pelayanan jasa bank merupakan produk jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Bank menawarkan produk jasa dengan tujuan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah bank atau pihak lain yang memerlukannya. Dengan memberikan pelayanan jasa bank, maka bank akan memperoleh pendapatan. Pendapatan yang diperoleh bank yang berasal dari pendapatan atas produk disebut juga dengan *fee based income* (Ismail, 2014). Layanan syariah adalah kegiatan penghimpunan dana yang dilakukan di kantor cabang dan atau di kantor di bawah kantor cabang untuk dan atas nama kantor cabang syariah pada bank yang sama (Wirddyaningsih, et.al, 2014). Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Produk yang dihasilkan oleh dunia usaha pada umumnya berbentuk dua macam, yaitu produk yang berwujud dan produk yang tidak berwujud. Masing-masing produk untuk dapat dikatakan berwujud atau tidak berwujud memiliki karakteristik atau ciri-ciri tertentu. Produk yang berwujud berupa barang yang dapat dilihat, dipegang, dan dirasa sekarang langsung sebelum dibeli, sedangkan produk yang tidak berwujud berupa jasa di mana tidak dapat dilihat atau dirasa sebelum dibeli. Satu hal lagi perbedaan kedua jenis produk ini adalah untuk produk yang berwujud biasanya tahan lama, sedangkan untuk yang tidak berwujud tidak tahan lama.

Mekanisme tabungan yang dibenarkan oleh DSN bagi bank Syariah adalah tabungan yang berdasarkan prinsip mudharabah dan wadiah. Tabungan mudharabah harus mengikuti ketentuan mudharabah yang ditetapkan DSN. Sedangkan tabungan wadiah harus mengikuti ketentuan wadiah yang difatwakan DSN. Dalam Praktik Perbankan Syariah di Indonesia, sebagian besar bank syariah menggunakan skema tabungan mudharabah (Yaya, et.al, 2016).

Tabungan merupakan simpanan uang di bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu. Umumnya, bank akan memberikan buku tabungan yang berisi informasi tentang seluruh transaksi yang dilakukan nasabah dan Kartu ATM (*Automatic Teller Machine*) atau dalam bahasa Indonesia Anjungan Tunai Mandiri, lengkap dengan nomor (PIN) (Zaini, 2013).

Metode

Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan data primer. Objek penelitian ini dilakukan pada BRI Syariah KCP Labuan Banten. Variabel yang digunakan adalah: Layanan produk tabungan dana haji (X1) dan Strategi pemasaran (X2), dan satu variabel dependen yaitu Minat nasabah dalam menabung (Y). Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terkait. Data pengamatan yang sudah diperoleh akan diolah menggunakan SPSS Ver 22.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Uji Validitas

Tabel berikut ini output SPSS terlihat bahwa korelasi antara masing-masing indikator (item 1-item 10) terhadap total skor menunjukkan hasil yang signifikan. Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan adalah valid. Hasil analisis korelasi bivariate dengan melihat output Cronbach Alpha pada kolom Correlated Item –total Correlation adalah identik karena keduanya mengukur hal yang sama.

Tabel 1.
Output Uji Validitas Variabel X1

Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Validitas
1	0,570	> 0,254	Valid
2	0,620	> 0,254	Valid
3	0,456	> 0,254	Valid
4	0,592	> 0,254	Valid
5	0,652	> 0,254	Valid
6	0,670	> 0,254	Valid
7	0,547	> 0,254	Valid
8	0,486	> 0,254	Valid
9	0,687	> 0,254	Valid
10	0,445	> 0,254	Valid

Pada variabel X2 item 1-10 nilainya lebih dari 0,254 dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut berkorelasi signifikan dengan skor jumlah dinyatakan valid.

Tabel 2.
Output Uji Validitas Variabel X2

Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Validitas
1	0,614	> 0,254	Valid
2	0,717	> 0,254	Valid
3	0,731	> 0,254	Valid
4	0,559	> 0,254	Valid
5	0,577	> 0,254	Valid
6	0,524	> 0,254	Valid
7	0,271	> 0,254	Valid
8	0,608	> 0,254	Valid
9	0,513	> 0,254	Valid
10	0,646	> 0,254	Valid

Pada variabel Y item 1-10 nilainya lebih dari 0,254 dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut berkorelasi signifikan dengan skor jumlah dinyatakan valid.

Tabel 3.
Output Uji Validitas Variabel Y

Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Validitas
1	0,708	> 0,254	Valid
2	0,651	> 0,254	Valid
3	0,715	> 0,254	Valid
4	0,623	> 0,254	Valid
5	0,626	> 0,254	Valid
6	0,583	> 0,254	Valid
7	0,717	> 0,254	Valid
8	0,608	> 0,254	Valid
9	0,631	> 0,254	Valid
10	0,584	> 0,254	Valid

Uji Reliabilitas

Data analisis menggunakan teknik *Koefisien Cronbach Alpha* dengan menggunakan *IBM SPSS Statistics 22 For Windows*. Dengan kriteria pengajuan, jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka reliabel, jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,60 maka tidak reliabel.

Tabel 4.
Hasil uji Reliabilitas

Variabel	Batas Normal	<i>Cronbach Alpha</i>	Ketreangan
Layanan Produk Tabungan Dana Haji (X1)	> 0,60	0,738	Reliabel
Strategi Pemasaran (X2)	> 0,60	0,741	Reliabel
Minat Nasabah Dalam Menabung (Y)	> 0,60	0,759	Reliabel

Sumber: Data yang diolah

Nilai *Cronbach's Alpha* Layanan Produk Tabungan Dana Haji (X1) sebesar 0,738, Strategi Pemasaran (X2) Sebesar 0,741, Minat Nasabah Dalam Menabung (Y) sebesar 0,759. Nilai dari ketiga variabel yaitu > 0,6. Sehingga alat ukur dalam penelitian tersebut reliabel.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (T)

Nilai signifikansi untuk variabel layanan tabungan dana haji (X1) sebesar 0,000 < 0,05. Maka variabel layanan tabungan dana haji (X1) berpengaruh terhadap variabel minat nasabah dalam menabung (Y). Kemudian variabel strategi pemasaran (X2) diperoleh nilai signifikansi 0,118. Nilai signifikan 0,118 > 0,05, maka variabel strategi pemasaran (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah dalam menabung (Y).

Tabel 5.
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,322	8,063		1,156	,252
Layanan Produk Tabungan Dana Haji (X1)	,538	,130	,472	4,131	,000
Strategis Pemasaran (X2)	,216	,136	,181	1,586	,118

a. Dependent Variable: Minat Nasabah Dalam Menabung (Y)

Sumber: data yang di olah dengan output IBM SPSS Statistics 22 Windows

Uji Simultan (F)

Nilai signifikan untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah 0,000 < 0,05 dan nilai F hitung 9,840 > F tabel 3,15. Dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yang berarti terdapat pengaruh secara simultan variabel layanan produk tabungan dana haji (X1) dan strategi pemasaran (X2) terhadap minat nasabah.

Uji Koefisien Determinasi

Hasil analisis determinasi R^2 (*R-Squares*) diperoleh sebesar 25,7% adalah persentase dari variabel indenpenden Variabel Layanan Produk Tabungan Dana Haji (X1) dan Strategis Pemasaran (X2) mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung (Y).

Sisanya sebesar 74,3% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini

Pembahasan

Pengaruh Pengeluaran Pemerintah Bidang Pendidikan (PPBP) terhadap Indeks Pembangunan Manusia

Dari data hasil keuseioner yang melibatkan sebanyak 60 responden, untuk memberikan informasi mengenai pengaruh Pengaruh Layanan Produk Tabungan Dana Haji Dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung. Persamaan regresi yang di peroleh dari penelitian ini adalah $Y = 9,322 + 0,538 X_1 + 0,216 X_2$. Hasil penelitian validitas menunjukan bahwa semua pernyataan yang ada di kuesioner dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dan hasil uji reliabilitas menunjukan semua koefisien reliable $> 0,6$.

Kemudian berdasarkan uji parsial (t) diperoleh hanya Layanan Produk Tabungan Dana Haji (X_1) yang berpengaruh terhadap Minat nasabah dalam menabung (Y), sedangkan Strategi Pemasaran (X_2) tidak berpengaruh. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi variabel X_1 dan X_2 berkontribusi sebesar 25,7 %. Sisanya 74,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diuji pada penelitian ini.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada uji simultan bahwa variabel variabel layanan produk tabungan dana haji (X_1), strategi pemasaran (X_2) sama-sama berpengaruh terhadap variabel minat nasabah dalam menabung (Y). Sedangkan pada uji parsial hanya produk tabungan dana haji yang berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menabung. Lalu variasi variabel independen yaitu menjelaskan pengaruhnya sebesar 25,7% terhadap variabel dependen. Sedangkan 74,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Referensi

- Arifin, Z. (2005). *Dasar - dasar Manajemen Bank Syariah*. Pustaka Alvabet.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Kencana.
- Ismail. (2014). *Perbankan Syariah*. Kencana Prenada Media Group.
- Al Arif.,M.N.R(2012). *Dasar - dasar Pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta.
- Yaya, Rizal,. Martawireja, A.E., & Abdurahim, Ahim. (2016). *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontenporer*. Salemba Empat.
- Wirdyaningsih,. Perwataatmadja,Kamaen,. Dewi, Gemala, & Barlinti, Yeni Salma. (2014). *Bank dan Asuransi Islam Di Indonesia*. Kencana Prenada Kencana.
- Zaini, Zulkifli. (2013). *Memahami Bisnis Bank Ikatan Bankir Indonesia, Modul Sertifikaasi tingkat I General Banking*. Gramedia Pustaka Utama