

EKSPLORASI MOTIVASI NASABAH DALAM MENABUNG UNTUK HAJI DI BSI KC JEMBER SUDIRMAN

Zanuba Arifatu Chofsah¹, Suprianik²

Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

E-mail: [*zanubaa678@gmail.com](mailto:zanubaa678@gmail.com)¹, anniesuprianik84@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi motivasi nasabah dalam menabung untuk keperluan ibadah haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Jember Sudirman. Sebagai salah satu rukun Islam yang memerlukan persiapan finansial signifikan, ibadah haji mendorong umat Muslim untuk merencanakan dan mengelola keuangan mereka secara sistematis. BSI sebagai lembaga keuangan syariah menawarkan produk tabungan haji yang dirancang untuk memfasilitasi kebutuhan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan nasabah tabungan haji, petugas customer service, serta staf marketing BSI KC Jember Sudirman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi nasabah dalam menabung untuk haji dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain: motivasi religius (niat menjalankan rukun Islam kelima), faktor sosial (dukungan keluarga dan lingkungan), serta kepercayaan terhadap sistem perbankan syariah, khususnya terhadap reputasi dan pelayanan BSI. Selain itu, kemudahan proses pembukaan rekening, transparansi pengelolaan dana, serta adanya program edukasi keuangan dari pihak bank juga menjadi pendorong kuat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa motivasi nasabah bersifat multidimensional, dengan dominasi aspek spiritual yang diperkuat oleh faktor emosional dan rasional. Temuan ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak perbankan syariah untuk mengembangkan strategi pemasaran dan edukasi yang lebih efektif dalam meningkatkan minat masyarakat menabung untuk ibadah haji.

Kata kunci

Motivasi, Tabungan Haji, Bank Syariah Indonesia, Nasabah, Ibadah Haji

ABSTRACT

This study aims to explore customer motivation in saving for the Hajj pilgrimage in BSI KC Jember Sudirman. As one of the pillars of Islam that requires significant Financial preparation, The Hajj pilgrimage encourages muslim to plan and Manage their finances systematically. BSI as a sharia financial institution offers Hajj savings product designed to facilitate these needs. This research uses a Qualitative approach with a case study method. Data was collected through in-depth interviews with Hajj savings customers, customers service officers, and marketing staff at BSI KC JEMBER SUDIRMAN. The research results show that customer motivation in saving for the Hajj is influenced by several factors, including: religious motivation (intention to carry out the fifth pillar of islam), social factors (family and environmental support), and trust in the Islamic banking system, especially in the reputation and service of BSI. Apart from that, the ease of the account opening process, transparency in fund management, the existence of financial education programs from the bank are also strong drivers. This study concludes that customer motivation is multidimensional and rational. It is hoped that these findings can provide input for Islamic banking to develop more effective marketing and education strategies to increase public interest in saving for the Hajj pilgrimage.

Keywords

Motivation, Hajj savings, Indonesia Islamic bank, customers, hajj

1. PENDAHULUAN

Ibadah haji merupakan rukun Islam kelima yang menjadi dambaan bagi setiap muslim. Namun, pelaksanaan ibadah haji membutuhkan kesiapan baik secara fisik maupun finansial. Biaya penyelenggaraan ibadah haji (BPIH) yang terus meningkat setiap tahunnya menuntut masyarakat untuk memiliki perencanaan keuangan yang matang. Salah satu instrumen yang dipilih masyarakat untuk mempersiapkan biaya haji adalah melalui produk tabungan haji yang ditawarkan oleh lembaga perbankan syariah.

Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai bank syariah terbesar di Indonesia berperan penting dalam memfasilitasi masyarakat untuk menabung haji. Kehadiran BSI Kantor Cabang Jember Sudirman menjadi salah satu bentuk upaya menghadirkan layanan yang dekat dengan masyarakat, khususnya dalam membantu calon jamaah haji mempersiapkan dana dengan aman, halal, dan sesuai prinsip syariah. Meski demikian, motivasi nasabah dalam memilih menabung haji di BSI tentu dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari aspek religiusitas, faktor ekonomi, pelayanan perbankan, maupun kepercayaan terhadap lembaga keuangan syariah.

Fenomena meningkatnya jumlah pendaftar haji dari tahun ke tahun, termasuk di wilayah Jember, menimbulkan pertanyaan mengenai motivasi utama masyarakat dalam menabung haji di BSI. Apakah lebih didorong oleh faktor religius, keamanan dana, reputasi bank, atau kemudahan layanan? Pertanyaan ini penting untuk diteliti agar pihak bank dapat memahami kebutuhan nasabah sekaligus merancang strategi pemasaran dan pelayanan yang lebih tepat sasaran.

Kesadaran masyarakat akan suatu kebutuhan Rohani yang dilihat dari sudut pandang bahwa masyarakat yang memiliki dana lebih akan menyisihkan sebagian dari harta mereka untuk menunaikan suatu ibadah. Dimana, masyarakat Jember juga sangat membutuhkan suatu uluran tangan yang mampu mewujudkan keinginan mereka melaksanakan ibadah haji. Dan semua proses akan perhajian itu bisa dikatakan tidak mudah untuk dilakukan tanpa ada campur tangan dari pihak bank.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif menggunakan pengumpulan data, analisis kemudian di Interpretasikan dan penelitian kualitatif tidak menggunakan statistik atau angka-angka dalam mengumpulkan data.(Sunarta and Darwis 2023) Dalam penelitian kualitatif ini menekankan pemahaman mengenai masalah-masalah yang ada pada kehidupan sosial berdasarkan kondisi kenyataan, kompleks dan juga secara rinci. Melalui pendekatan ini, peneliti akan memiliki kesempatan untuk mencari berbagai faktor yang mempengaruhi kehidupan sosial. Oleh karena itu, menulis hasil wawancara sebaiknya menggunakan instrumen alat bantu perekam (tape Recorder). Pada penelitian ini yang akan diwawancarai adalah karyawan BSI cabang Jember Sudirman dan nasabah tabungan haji.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan melakukan pengumpulan data dan analisis ada beberapa strategi yang digunakan oleh pihak bank syariah Indonesia cabang Jember agar terjadi peningkatan nasabah pada produk tabungan haji yaitu:

- a. Cross Selling. Cross Selling yaitu strategi penjualan dengan menawarkan produk pelengkap pada suatu produk atau barang yang sudah dimiliki oleh pelanggan.
- b. Promosi. Promosi yakni seluruh upaya yang dilakukan oleh badan usaha untuk menarik pelanggan guna memakai produk maupun jasa yang dijual. Promosi juga bisa menjadi indikator yang penting dalam melakukan pemasaran untuk memperkenalkan keunggulan dari suatu produk yang ditawarkan atau dijual kepada konsumen.
- c. Telemarketing. Telemarketing merupakan suatu aktifitas memasarkan produk atau jasa melalui saluran komunikasi jarak jauh. Strategi ini dapat dikatakan suatu langkah awal yang dimana calon nasabah akan ditawari produk ataupun jasa yang dipasarkan oleh pihak bank.
- d. Memberi Hadiah (Gift). Hadiah merupakan suatu pemberian dari seseorang kepada orang lain tanpa meminta imbalan. Dimana, hadiah yang dimaksud disini berupa barang yang diberikan kepada nasabah.
- e. Kerja sama dengan Kemenag. Bentuk kerja sama dengan kemenag juga merupakan salah satu dari strategi yang diterapkan oleh pihak bank, dimana saat ingin melunasi tabungan haji maka secara tidak langsung pihak dari kemenag akan meminta nasabah untuk melakukan pelunasan di bank syariah.

Secara umum faktor utama yang membuat peningkatan nasabah pada produk tabungan haji yaitu:

- a. Gambaran Umum Responden

Berdasarkan hasil penelitian terhadap nasabah tabungan haji di BSI KC Jember Sudirman, mayoritas responden berusia 30–50 tahun, dengan tingkat pendidikan menengah hingga tinggi. Sebagian besar responden bekerja sebagai pegawai swasta, ASN, pedagang, maupun wiraswasta. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi menabung untuk haji tidak terbatas pada kelompok profesi tertentu, tetapi merata di berbagai lapisan mendukung

- b. Faktor Religiusitas

Motivasi utama yang mendorong nasabah menabung untuk haji adalah dorongan religius. Sebagian besar responden menyatakan bahwa ibadah haji merupakan rukun Islam kelima yang wajib ditunaikan bagi yang mampu, sehingga menabung dipandang sebagai langkah persiapan finansial dan spiritual. Nilai religiusitas ini semakin kuat dengan adanya dorongan dari keluarga dan lingkungan sosial yang juga mendukung niat berhaji.

- c. Faktor Ekonomi dan Perencanaan Keuangan

Responden menilai bahwa menabung di bank syariah menjadi strategi perencanaan keuangan jangka panjang. Dengan adanya tabungan haji, nasabah merasa lebih disiplin menyisihkan pendapatan setiap bulan. Faktor keamanan dana, kepastian keberangkatan melalui pendaftaran haji, serta sistem autodebet yang ditawarkan BSI menjadi daya tarik tersendiri. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi ekonomi beriringan dengan kebutuhan untuk mengelola keuangan secara terarah.

- d. Faktor Sosial dan Budaya

Beberapa nasabah juga menyampaikan motivasi sosial, seperti keinginan menjaga status sosial di lingkungan sekitar. Di masyarakat Jember, melaksanakan ibadah haji sering dipandang sebagai pencapaian spiritual sekaligus prestise sosial. Oleh karena itu, menabung untuk haji tidak hanya dipengaruhi oleh motivasi pribadi, tetapi juga ekspektasi sosial-budaya.

- e. Peran Bank Syariah Indonesia (BSI)

BSI KC Jember Sudirman berperan penting melalui layanan tabungan haji yang sesuai prinsip syariah, memberikan edukasi, serta memudahkan proses pendaftaran haji reguler melalui integrasi dengan SISKOHAT Kementerian Agama. Inovasi digital banking seperti BSI Mobile juga mempermudah nasabah dalam melakukan setoran rutin tanpa harus datang ke kantor cabang. Hal ini memperkuat motivasi nasabah untuk konsisten menabung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori motivasi religius (Glock & Stark, 1965) yang menekankan bahwa perilaku keagamaan lahir dari keyakinan spiritual. Selain itu, temuan ini juga mendukung konsep behavioral finance, di mana keputusan finansial tidak hanya dipengaruhi oleh rasionalitas ekonomi, tetapi juga faktor sosial dan psikologis.

Secara praktis, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan bank syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji sangat dipengaruhi oleh:

- a. Penyediaan produk yang sesuai kebutuhan religius dan finansial,
- b. Layanan berbasis digital yang memudahkan akses.
- c. Edukasi dan sosialisasi terkait manajemen keuangan syariah.

Dengan demikian, motivasi menabung untuk haji di BSI KC Jember Sudirman terbentuk dari kombinasi antara dorongan religius, perencanaan finansial, pengaruh sosial, serta peran aktif lembaga perbankan syariah.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Eksplorasi Motivasi Nasabah dalam Menabung untuk Haji di BSI KC Jember Sudirman”, dapat disimpulkan bahwa motivasi nasabah dalam menabung untuk haji dipengaruhi oleh beberapa faktor utama. Faktor spiritual menjadi pendorong yang paling dominan, karena menunaikan ibadah haji merupakan kewajiban agama yang ingin segera diwujudkan oleh para nasabah. Selain itu, faktor ekonomi dan keamanan finansial juga berperan penting, mengingat program tabungan haji di BSI memberikan kepastian, kenyamanan, serta jaminan legalitas dalam pendaftaran haji. Faktor sosial, seperti dorongan keluarga dan lingkungan, turut memperkuat komitmen nasabah dalam menabung secara konsisten.

Dengan demikian, program tabungan haji di BSI KC Jember Sudirman bukan hanya dipandang sebagai produk finansial, tetapi juga sebagai sarana spiritual yang mampu membantu masyarakat merencanakan ibadah haji dengan lebih terarah dan aman.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Afri Rahmawati, F., & Agustianto, M. A. (2024). Systematic Literature Review (SLR): Analysis of Factors Influencing Interest in Opening a Hajj Savings Account at Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(2), 155-169.
- Amalia, R. (2023). Determinants of Hajj Saving Intention at Bank Syariah. *Jurnal Perbankan Syariah*, 4(1), 35-50.
- Batu Bara, N. N. M., Anggraini, T., & Indra, A. P. (2025). Strategies on Service Quality and Development in Using Hajj Savings Products: Case Study of Bank Syariah Indonesia KCP Medan Iskandar Muda. *Amkop Management Accounting Review*, 5(2), 440-461.
- Pertiwi, R. D. (2025). Efektivitas Promosi Tabungan Haji Syariah Melalui Media Sosial. *Jurbisman: Jurnal Bisnis dan Manajemen*.
- Putri, D. A. L. (2025). Pengaruh Kemampuan Finansial dan Daftar Tunggu terhadap Minat Haji, dengan Moderasi Religiusitas. *Tabarru: Jurnal Ekonomi Syariah*.

Alfarisyi, M. F., & Harahap, M. I. (2023). Implementasi Marketing Mix dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia (BSI). JIEM – Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen (Vol. 2, No. 9, September 2024) [termasuk laporan penelitian strategi pemasaran].