

MINAT NASABAH PASAR BANARAN TERHADAP PRODUK TABUNGAN HAJI DI BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH SUKOWATI SRAGEN

Tri Bayu Ramadan¹⁾, Husna Ni'matul Ulya²⁾

^{1), 2)}Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

¹⁾tbayu132@gmail.com, ²⁾husna@iainponorogo.ac.id

Abstrak. Minat nasabah menabung sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup pada lembaga keuangan. Oleh karena itu, BPRS Sukowati Sragen menyediakan beragam produk tabungan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat agar dapat menarik minat masyarakat itu sendiri. Minat menabung tabungan Haji di BPRS Sukowati Sragen sangatlah rendah, terutama di pasar Banaran Sragen, oleh karena itu penelitian ini membahas tentang minat nasabah pasar Banaran Sragen terhadap produk tabungan Haji di BPRS Sukowati Sragen.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*Field research*), sedangkan sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan pihak BPRS Sukowati Sragen dan Nasabah BPRS Sukowati Sragen. Sumber data penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber data untuk tujuan penelitian, sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari literatur, jurnal, dan laporan hasil penelitian yang memiliki relevansi dengan penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian minat nasabah pasar Banaran terhadap produk tab Haji di BPRS Sukowati Sragen sangatlah sedikit yaitu dari 11 nasabah hanya 1 nasabah yang menabung tabungan Haji. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah pasar Banaran terhadap produk tabungan haji BPRS Sukowati Sragen yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi adalah faktor dari dalam diri kita sendiri seperti kepribadian, motivasi, gaya hidup, kepercayaan dan agama. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang dipengaruhi dari luar seperti lokasi, pelayanan, lingkungan, dan promosi.

Kata Kunci: Minat, Produk Tabungan Haji, Nasabah Pasar Banaran Sragen, BPRS Sukowati Sragen.

Abstract. *The customer's interest in saving greatly influences the survival of financial institutions. Therefore, BPRS Sukowati Sragen provides a variety of savings products that suit the needs of the community in order to attract the interest of the community itself. Interest in saving Hajj savings at BPRS Sukowati Sragen is very low, especially in the Banaran Sragen market, therefore this research discusses the interest of customers of the Banaran Sragen market for Hajj savings products at BPRS Sukowati Sragen.*

This research includes field research, while the nature of this research is descriptive qualitative. This study used interview and documentation data collection techniques. Interviews were conducted with BPRS Sukowati Sragen and BPRS Sukowati Sragen customers. There are two data sources for this research, namely primary data sources and secondary data sources. Primary data sources are data sources obtained directly

from data sources for research purposes, while secondary data sources are obtained from literature, journals, and research reports that have relevance to research.

Based on the research results, the interest of Banaran market customers for Hajj tab products at BPRS Sukowati Sragen is very small, namely out of 11 customers, only 1 customer saves Hajj savings. The factors that influence the interest of Banaran market customers in BPRS Sukowati Sragen hajj savings products are internal factors and external factors. Internal factors that influence are factors from within ourselves such as personality, motivation, lifestyle, beliefs and religion. While external factors are factors that are influenced from outside such as location, service, environment, and promotion.

Keywords: Interest, Hajj Savings Products, Banaran Market Customers, Sragen, BPRS Sukowati Sragen.

PENDAHULUAN

Bank berdasarkan prinsip Syariah, bertindak sebagai perantara seperti bank tradisional. Yaitu, menggalang dana dari masyarakat dan mengembalikan dana tersebut kepada yang membutuhkan dalam bentuk fasilitas pinjaman. Perbedaannya hanya pada bank syariah tidak berdasarkan bunga (interest free) tetapi beroperasi pada prinsip syariah, yaitu prinsip bagi hasil atau prinsip PLS. Seperti bank tradisional, selain menyediakan layanan pembiayaan bank, bank syariah juga menyediakan layanan lain seperti layanan pengiriman uang, inisiasi letter of credit, bank garansi, dan layanan lain yang biasanya disediakan oleh bank tradisional. Saya di sini.¹

Pengertian haji secara etimologis berasal dari kata *kaṣḥu* (niat) dan kata *umrah* berarti haji. Secara terminologis, haji bermaksud pergi ke Baitullah dengan cara dan waktu (sengaja) yang telah ditentukan. Dari pemahaman ini, haji dan umrah harus menunaikan kewajiban haji ke Baitullah karena Allah.

وَأَتِمُوا الْحَجَّ وَالْعُمْرَةَ لِلَّهِ ۚ فَإِنْ أُحْصِرْتُمْ فَمَا اسْتَيْسَرَ مِنَ الْهَدْيِ ۚ وَلَا تَحْلِقُوا رُءُوسَكُمْ حَتَّىٰ يَبْلُغَ
الْهَدْيُ مَحَلَّهُ ۚ ۚ فَمَنْ كَانَ مِنْكُمْ مَّرِيضًا أَوْ بِهِ ۚ أَذًى ۚ مِنْ رَأْسِهِ ۚ فَفِدْيَةٌ مِّنْ صِيَامٍ أَوْ صَدَقَةٍ أَوْ نُسُكٍ ۚ
فَإِذَا ۚ أَمِنْتُمْ ۚ فَمَنْ تَمَتَّعَ بِالْعُمْرَةِ إِلَى الْحَجِّ فَمَا اسْتَيْسَرَ مِنَ الْهَدْيِ ۚ فَمَنْ لَّمْ يَجِدْ فَصِيَامٌ ثَلَاثَةِ أَيَّامٍ ۚ فِي
الْحَجِّ وَسَبْعَةٍ إِذَا رَجَعْتُمْ ۚ تِلْكَ عَشْرَةٌ كَامِلَةٌ ۚ ذَلِكَ لِمَنْ لَّمْ يَكُنْ أَهْلَهُ ۚ حَاضِرِي الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ ۚ
وَاتَّقُوا اللَّهَ وَعَلِمُوا أَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ

¹ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam Dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia* (Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 2007), 1-2.

(QS. Al-Baqarah [2]:196). Yang artinya: “Dan sempurnakanlah ibadah haji dan umrah karena Allah...”²

Dari ayat ini, orang diperintahkan untuk melakukan haji dan umrah hanya untuk mengikuti Tuhan. Bukan untuk keuntungan bisnis, popularitas, dll. Demikian juga, haji Mekkah ini juga wajib bagi mereka yang mampu.

Sejauh ini, jumlah dana haji terus bertambah dan diharapkan positif tahun depan. Misalnya, USS PT Bank CIMB Niaga Tbk (CIMB Niaga Syariah) mencatat dana kelolaan haji sebesar Rp6,3 triliun pada September 2021. Angka ini meningkat menjadi 134% dibandingkan realisasi 2020. Selain CIMB Niaga, PT Bank dan BCA Syariah juga tumbuh pada tahun 2015. Hingga September 2021, perseroan mengelola tabungan haji sebesar Rp 14,6 miliar dalam bentuk deposito dan giro. BSI juga mengelola deposito situs dan dana haji yang dikumpulkan melalui deposito. Hingga Juni 2021, penghimpunan dana haji mencapai Rs 20,34 triliun dalam bentuk simpanan dan simpanan. Perusahaan yang melayani generasi muda.³

Sedikit peminat pada produk tabungan haji dari pada produk-produk tabungan yang lain, salah satunya adalah kasus yang terjadi pada Bank Syariah Sukowati Sragen, nasabah di Pasar Banaran Sragen dimana di tempat tersebut produk tabungan haji sedikit peminatnya dibandingkan produk-produk tabungan yang lain. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang minat nasabah terhadap produk tabungan haji di pasar Banaran Sragen. Alasan peneliti memilih pasar Banaran Sragen sebagai tempat penelitian adalah karena dekatnya tempat tersebut dengan salah satu cabang BPRS Sukowati Sragen, tetapi sangat sedikit minat nasabah yang ada disitu, terutama terhadap produk tabungan Haji.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sejenis yang pernah dilakukan pada penelitian-penelitian terdahulu adalah, bahwa pada penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, memang sudah banyak yang membahas tentang produk tabungan haji, tetapi hanya menjelaskan produk tabungan haji ditempat tersebut secara spesifik, tidak menjelaskan faktor-faktor, penyebab, maupun alasan secara menyeluruh, sedangkan pada

² Al Jamil: *Al-Qur'an Tajwid Warna, Terjemahan Perkata, Terjemahan Inggris* (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2012) 30.

³ Ferrika Sari, “Tabungan Haji Perbankan Terus Tumbuh”, dalam <https://amp.kontan.co.id/news/tabungan-haji-perbankan-terus-tumbuh>, (diakses pada tanggal 30 Maret 2022, jam 09.26).

penelitian ini menjelaskan tentang ruang lingkup yang lebih luas, mulai dari faktor-faktor, strategi, penyebab, dll yang dijelaskan dengan cara lebih lengkap dan detail.

Tujuan dilakukannya penelitian ini tentang produk tabungan Haji di Bank Syariah Sukowati Sragen terhadap minat nasabah di pasar Banaran Sragen adalah karena mengingat pentingnya menunaikan ibadah haji dimana para ulama fiqh sepakat bahwa ibadah haji dan umrah adalah wajib hukumnya bagi setiap muslim yang mempunyai kemampuan biaya, fisik, dan waktu sesuai dengan nash Al-Qur'an.⁴ Tetapi pada kenyataannya di Pasar Banaran Sragen sedikit minat nasabah terhadap produk tabungan Haji di BPRS Sukowati Sragen. Oleh karena itu "Minat Nasabah Pasar Banaran Terhadap Produk Tabungan Haji Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen" adalah judul yang pantas diangkat dalam penelitian ini.

Metode Penelitian

1. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif adalah untuk menganalisis minat nasabah pada pasar Banaran terhadap produk tabungan haji Bank Syariah Sukowati Sragen dengan menggunakan teknik analisis nonstatistik. Singkatnya, penelitian ini menyajikan data melalui deskripsi dari segi kata dan bahasa. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan pengetahuan yang tidak dapat diperoleh melalui teknik statistik atau kuantifikasi.⁵

Karena jenis penelitian yang digunakan untuk menulis karya ini adalah penelitian lapangan, yaitu penelitian langsung di lapangan atau tempat (Pasar Sragen Banaran) yang menjadi bagian dari penelitian, maka penelitian ini difokuskan di lapangan Fokus pada penelusuran dan verifikasi bahan. Untuk menjustifikasi permasalahan yang diangkat, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan studi kasus.

2. Data dan Sumber Data

⁴ Retno Widyani, Mansyur Pribadi, Panduan Ibadah: *Haji dan Umrah* (Cirebon: Swagati Press, 2010), 14.

⁵ Djunaidi Ghony, Fauzan Almanshur, *Metodologi penelitian Kualitatif* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), 25.

data utama dalam penelitian kualitatif adalah perilaku, selebihnya adalah data tambahan berupa dokumen. Dalam konteks ini, jenis data pada bagian ini dibagi menjadi sumber data lisan, tertulis, foto, dan statistik.⁷

Jenis data dari derajatnya datanya, terbagi dua, yaitu:

1. Data primer:

Data primer adalah data yang berasal langsung dari lokasi survei atau sumber data asli yang disurvei. Data primer adalah data yang berasal dari sumber primer atau asli yang berisi informasi atau data penelitian. Data primer dalam penelitian ini adalah data-data yang diperoleh dari wawancara *customer service* di BPRS Sukowati Sragen, dan wawancara 11 nasabah produk tabungan haji dan produk tabungan lainnya di Pasar Banaran Sragen.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah di Pasar Banaran Sragen yang beralamat di Jl. Maospati-Solo, Dusun II Banaran, Kec. Sambungmacan, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah 57253. Lokasi ini dipilih karena dirasa cocok untuk dilakukan penelitian mengenai judul tersebut, dimana peminat produk tabungan haji di lokasi ini minim.

3. Data sekunder:

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua data yang diinginkan. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber selain yang asli dan berisi informasi atau data penelitian.⁹ Data sekunder dalam penelitian ini adalah data-data yang diperoleh dari arsip, brosur, serta beberapa referensi yang berasal dari buku panduan, dan *browsing* di web resmi BPRS Sukowati Sragen.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah terpenting dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah untuk memperoleh data. Tanpa pengetahuan tentang teknik pengumpulan data, peneliti tidak dapat memperoleh data sesuai dengan standar data yang telah ditetapkan.¹⁰

a. Wawancara

⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), 157.

⁹ Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Banjarasin: Antasari Press, 2011), 71.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis "Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D"* (Bandung: Alfabeta, 2017), 455.

Wawancara adalah kegiatan tanya jawab pribadi antara pewawancara (interviewer) dan orang yang diwawancarai (interviewee) tentang masalah yang sedang diselidiki, di mana pewawancara mencari persepsi, sikap, dan ide yang diwawancarai terkait dengan masalah tersebut didapat. Masalah terkait sedang diteliti. Karena wawancara dirancang oleh pewawancara, hasilnya juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi pewawancara.¹¹

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan wawancara terstruktur dan tidak terstruktur untuk mewawancarai pemangku kepentingan yang dianggap penting untuk memperoleh informasi dan data yang dibutuhkan untuk menggali informasi. Dalam survei ini, responden adalah seorang *customer service* di BPRS Sukowati Sragen dan nasabah BPRS Sukowati Sragen di Pasar Banaran yang berjumlah 11 nasabah.

b. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui studi yang cermat dan pencatatan yang sistematis. Observasi, menurut Cartono, adalah studi yang sadar dan sistematis tentang fenomena sosial dan psikologis melalui pengamatan dan pencatatan. Selanjutnya, tujuan pengamatan adalah untuk memahami sifat dan derajat pentingnya keterkaitan unsur-unsur perilaku manusia dalam fenomena sosial yang kompleks dalam pola budaya tertentu.¹²

Observasi yang telah dilakukan berlangsung di pasar Banaran Sukowati Sragen. Kegiatan yang telah diobservasi antara lain nasabah dan produk tabungan haji di BPRS Sukowati Sragen.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.¹³Dokumentasi ini merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara.

¹¹ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 162.

¹² Ibid., 143.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis "Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D"* (Bandung: Alfabeta, 2017), 476.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dokumen untuk tujuan memperoleh informasi dan data. Berikut kami peroleh dari dokumen-dokumen yang ada seperti arsip, brosur dan beberapa referensi dari browsing website resmi BPRS Sukowati Sragen.

5. Teknik Pengolahan Data

Tahapan pengolahan data dalam penelitian ini adalah tiga tahap ditambah dengan tahap akhir yaitu tahap pelaporan penelitian, yang meliputi rincian sebagai berikut:

- a. Pemaparan data berdasarkan pada sistematika yang telah ditetapkan (*display*). Yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi mengenai penelitian ini, yaitu minat nasabah pasar Banaran terhadap produk tabungan haji di Bank Pembiayaan Syariah Sukowati Sragen.
- b. Memilih dan memilah data yang relevan dengan pembahasan (*reduction*). Yaitu data-data yang diperoleh dari penelitian-penelitian yang bertujuan untuk mengetahui tentang minat nasabah pasar Banaran terhadap produk tabungan Haji di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen.
- c. Menarik kesimpulan (*conclusion*). Penting untuk menarik kesimpulan dari data yang disajikan. Setelah mengutip beberapa definisi faktor ekonomi dari beberapa tokoh, penulis menarik kesimpulan dalam kalimatnya sendiri. Dalam survey ini adalah animo nasabah di pasar Banaran terhadap produk tabungan haji Dana Rakyat Syariah Bank Sukowati Sragen.

6. Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif. Menurut Bogdan dan Biklen, analisis data kualitatif meliputi pengolahan data, pengorganisasian, pengklasifikasian ke dalam unit-unit yang dapat dikelola, mensintesisnya, mencari dan menemukan pola, dan menentukan apa yang penting dan apa yang telah dipelajari. Terpelajar. dapat memberitahu orang lain.¹⁶

Proses analisis data dimulai dengan menelaah semua data yang tersedia dari berbagai sumber, seperti dokumen dan wawancara. Setelah penelitian dan verifikasi, langkah selanjutnya adalah memilih dan mengambil data yang Anda inginkan. Selanjutnya, aturlah data yang terpilih secara sistematis dengan mengategorikannya.

¹⁶ Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2009), 248.

Setelah mengumpulkan data yang peneliti butuhkan, data tersebut diolah dan dianalisis menggunakan pola pikir induktif. Menyelidiki, menganalisis, dan menyimpulkan pemikiran berbasis fakta tertentu sehingga pemecahan masalah atau solusi dapat diterapkan secara efektif secara umum. Fakta yang dikumpulkan berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah di pasar Banalan terhadap produk tabungan haji BPRS Sukowati Sragen. Teknik Pengecekan Keabsahan Temuan

7. Teknik Pengecekan Keabsahan Temuan

Dalam penelitian ini, uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif dilakukan dengan teknik triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.¹⁷ Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan menggunakan yang lain. Data luar untuk tujuan kontrol atau perbandingan dengan data. Trigonometri yang paling umum adalah penelitian oleh sumber lain. Denshin mengklasifikasikan triangulasi menjadi empat jenis sebagai metode penelitian yang memanfaatkan sepenuhnya sumber informasi, metode, peneliti, dan teori.¹⁸

Jenis triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Menurut Patton, triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan menegaskan derajat kepastian informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal ini dapat dicapai dengan (1) membandingkan data observasi dengan data wawancara; (2) Bandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang mereka katakan secara pribadi. (3) Bandingkan apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang mereka katakan dari waktu ke waktu. (4) Bandingkan situasi dan perspektif pribadi Anda dengan perbedaan pendapat dan pandangan masyarakat umum, orang berpendidikan tinggi, orang kaya, dan pejabat pemerintah. (5) Bandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang relevan.¹⁹

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis "Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D"* (Bandung: Alfabeta, 2017), 518.

¹⁸ Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2009), 330.

¹⁹ *Ibid.*, 331.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari data yang diperoleh dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah di pasar Banalan untuk produk tabungan haji. Ini termasuk faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor yang ada dalam diri kita, seperti kepribadian, sikap, motivasi gaya hidup, dan pengalaman. Faktor eksternal adalah faktor yang dipengaruhi dari luar, seperti ekonomi, lingkungan, keluarga, lokasi, pelayanan dan bagi hasil. Contoh bukti wawancara tentang faktor-faktor ini meliputi:

Faktor Internal:

“Nama saya Sunarni, usia saya 50 tahun. Saya menabung tabungan ib Qurban, saya menabung sudah selama 2 tahun. Saya tidak menabung tabungan haji karena saya langsung ikut haji di depak dengan cash, tanpa menabung dulu.”

“Nama saya Suharni, usia saya 66 tahun. Saya menabung tabungan biasa, saya menabung sudah selama 2 tahun. Saya tidak menabung tabungan Haji di situ karena saya sudah mendaftar tabungan Haji di bank lain terlebih dahulu.”

“Nama saya Sumiati, saya kelahiran tahun 1977. Saya menabung tabungan biasa, saya menabung sudah selama 2 tahun. Saya tidak menabung tabungan Haji adalah karena saya menabung tabungan Haji sendiri dirumah.”

“Nama saya Sulistyowati, usia saya 42 tahun. Saya menabung tabungan biasa dan umroh, saya menabung sudah selama 2 tahun. Alasan saya tidak menabung tabungan Haji adalah karena saya ingin umroh terlebih dahulu.”

“Nama saya Indri, saya kelahiran tahun 1986. Saya menabung tabungan biasa, saya menabung sudah selama 2 tahun. Alasan saya tidak menabung tabungan Haji adalah karena saya belum siap, dan iman belum kuat.”

Faktor Eksternal:

“Nama saya Parmi, saya kelahiran tahun 1959. Saya menabung tabungan biasa, saya menabung sudah selama 1 tahun. Saya tidak menabung tabungan Haji di karenakan faktor ekonomi saya, yaitu karena kebutuhan sehari-hari saya.”

“Nama saya Sekati, usia saya 52 tahun. Saya menabung tabungan biasa, saya menabung sudah selama 2 tahun. Alasan saya tidak menabung tabungan Haji adalah karena saya tidak mengetahui adanya tabungan Haji di situ.”

“Nama saya Suwarni, saya kelahiran tahun 1966. Saya menabung tabungan biasa, saya menabung sudah selama 2 tahun. Alasan saya tidak menabung tabungan Haji adalah karena saya tidak tau dan juga tidak peduli.”

“Nama saya Kustini, saya kelahiran tahun 1970. Saya menabung tabungan biasa, saya menabung sudah selama 2 tahun. Alasan saya tidak menabung tabungan Haji adalah karena saya tidak tau tentang tabungan tersebut.”

“Nama saya Ghatan, saya kelahiran tahun 1987. Saya menabung tabungan pelajar, saya menabung sudah selama 2 tahun. Alasan saya tidak menabung tabungan Haji adalah karena tidak tau.”

Dari wawancara yang dilakukan peneliti dengan 11 nasabah Bank Rakyat Syariah Sukowati Sragen di pasar Banarang, faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk tabungan haji adalah faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal dari data wawancara tersebut antara lain karena ekonomi nasabah, kurang kuatnya iman, dan karena motivasi dimana ingin menunaikan ibadah Umroh terlebih dahulu sebelum Haji, atau pengaruh orang lain dimana menabung dirumah sendiri untuk Haji lebih baik dari pada harus menabung di Bank Syariah. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang dipengaruhi dari luar seperti ekonomi, lingkungan, keluarga, lokasi, pelayanan, profit sharing dan lain lain. Sedangkan faktor eksternal dari data wawancara tersebut antara lain: karena pelayanan, dimana Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen masih kurang dalam mensosialisasikan produk tabungan Haji mereka, sehingga banyak nasabah yang tidak tau dan enggan menabung tabungan Haji di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen.

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa faktor yang paling banyak membuat nasabah di pasar Banaran Sragen tidak menabung tabungan Haji adalah karena nasabah tidak mengetahui akan adanya produk tabungan tersebut, jadi juga dapat disimpulkan bahwa Bank Permbiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen masih kurang dalam hal mensosialisasikan produknya, terutama produk tabungan Haji.

Minat adalah minat bawaan dalam diri seseorang yang menimbulkan dorongan untuk memiliki dan bila terpenuhi maka akan terasa bahagia. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Republik Indonesia Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa Bank Syariah dan/atau Badan Usaha Syariah. Sedangkan menurut Kamus

Besar Bahasa Indonesia (KBBI), nasabah adalah orang yang berhubungan dengan atau menjadi nasabah suatu bank (dalam arti finansial).³³

Tabungan haji merupakan salah satu bentuk tabungan yang ditujukan kepada masyarakat muslim yang berniat untuk menunaikan ibadah haji ke tempat-tempat suci. Produk Tabungan Umroh ditujukan bagi nasabah yang menabung untuk sebagian ibadah haji ke Mekkah. Tabungan Haji adalah produk simpanan/tabungan yang menggunakan akad Mudharabah dan dapat ditarik dalam jangka waktu yang telah disepakati atau pada saat peserta ingin menunaikan ibadah haji. Tabungan haji pada dasarnya sama dengan tabungan umum yang menggunakan akad mudharabah, hanya saja tabungan haji digunakan untuk perencanaan haji.

Adapun dalil mengenai menumbuhkan minat pada tabungan haji terdapat pada:

أَيُّمُ بَيْنَتُمْ مَقَامُ إِبْرَاهِيمَ ۖ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۗ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

(QS Ali-Imran: 97) yang artinya: "Di sana terdapat tanda-tanda yang jelas (di antaranya) maqam Ibrahim. Barang siapa memasukinya (Baitullah) amanlah dia. Dan di antara kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, yaitu bagi orang-orang yang mampu mengadakan perjalanan ke sana. Barang siapa mengingkari (kewajiban) haji, maka ketahuilah bahwa Allah mahakaya (tidak memerlukan sesuatu) dari seluruh alam."³⁴

Berikut tabel minat nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen di pasar Banaran terhadap produk tabungan Haji yang didapat dari hasil wawancara terhadap 11 orang nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen di pasar Banaran Sragen:

Tabel 1

Minat nasabah BPRS Sukowati Sragen di pasar Banaran terhadap produk tabungan Haji di BPRS Sukowati Sragen

No	Kriteria Minat	Jumlah Nasabah
1	Tidak Berminat	10 Nasabah
2	Berminat	1 Nasabah

³³ Muhamad Sarifudin, *Pembiayaan Musyarakah Dalam Meningkatkan Pendapatan di BPRS* (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021), 52.

³⁴ Al Jamil: *Al-Qur'an Tajwid Warna, Terjemahan Perkata, Terjemahan Inggris* (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2012), 62.

Minat dapat diartikan sebagai melibatkan kecenderungan untuk memperhatikan dan bertindak terhadap seseorang, aktivitas, atau situasi minat, dan perasaan senang. Dalam batasan-batasan tersebut terdapat pengertian bahwa jika ada minat maka ada usaha (mendekati/mengetahui/memiliki/mendominasi/mengasosiasi) dari objek yang difokuskan pada perhatian objek dan dilakukan dengan senang hati. Dibuat dan memiliki pesona tersendiri.³⁵

Adalah naif ketika seseorang tertarik pada sesuatu tetapi tidak benar-benar mengambil tindakan. Karena ketika kita tertarik pada sesuatu, itu pada dasarnya berarti kita menyambut objek atau lingkungan itu dan secara aktif menghadapinya, kita berusaha untuk mengetahui, memahami, dan bahkan berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris.³⁶

Minat nasabah pasar Banaran terhadap produk tabungan Haji di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen adalah dari aspek ketertarikan, keinginan, dan keyakinan hanya ada 1 nasabah yang tertarik terhadap produk tabungan Haji sedangkan 10 orang nasabah lainnya tidak tertarik terhadap produk tabungan Haji. 1 nasabah yang tertarik terhadap tabungan Haji tersebut memiliki ketertarikan, keinginan, dan keyakinan terhadap produk tabungan Haji sehingga mau untuk menabung tabungan Haji. Sedangkan 10 nasabah lainnya memiliki berbagai alasan yang menyebabkan tidak menabung tabungan Haji, mulai dari tidak tertarik, tidak ingin menabung tabungan Haji disebabkan nasabah bukanlah orang yang beriman, dan tidak yakin mengenai produk tabungan Haji di BPRS Sukowati Sragen, sehingga lebih memilih menabung sendiri dirumah/ditempat lain.

Minat transaksional menunjukkan keinginan konsumen untuk menggunakan produk. Hal tersebut ditunjukkan oleh perilaku 1 nasabah yang menggunakan tabungan Haji dikarenakan ingin menunaikan ibadah Haji, sedangkan 10 nasabah lain tidak dikarenakan berbagai alasan.

Minat refrensial menunjukkan keinginan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Hal tersebut tidak ditunjukkan baik oleh pihak bank maupun nasabah, terutama pihak bank kurang dalam mereferensikan produk tabungan Hajinya kepada nasabah, sehingga banyak nasabah yang tidak tau tentang produk tabungan Haji di Bank tersebut, sehingga nasabah enggan menabung produk tabungan Haji.

³⁵ Abdul Rahman Shaleh, Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2004), 263.

³⁶ Ibid., 272

Minat eksplorasi menggambarkan perilaku seseorang yang terus menerus mencari informasi tentang suatu produk yang menarik minatnya dan mencari informasi yang mendukung atribut positif produk tersebut.³⁷ Hal ini tidak ditunjukkan oleh perilaku nasabah BPRS Sukowati Sragen di pasar Banaran. Selain karena kurangnya dalam mensosialisasikan produk tabungan Hajinya, nasabah sebenarnya juga kurang berminat terhadap produk tabungan Haji tersebut, sehingga nasabah juga enggan dalam mencari informasi mengenai produk tabungan tabungan Haji di Bank tersebut.

Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa dari hasil wawancara 11 orang nasabah Bank Syariah Sragen di pasar Banaran, hanya ada 1 nasabah yang mau menabung tabungan Haji di Bank Syariah Sragen, dan kebanyakan jawaban dari nasabah yang tidak menabung tabungan Haji adalah karena mereka tidak mengetahui tentang produk tabungan Haji di Bank Syariah tersebut, ini dapat juga disimpulkan bahwa PT BPRS Sukowati Sragen, masih kurang dalam hal mensosialisasikan atau mempromosikan tentang produk tabungannya, terutama produk tabungan Haji di pasar Banaran Sragen.

Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi munculnya minat terhadap sesuatu, tetapi secara garis besar dapat dibagi menjadi dua kelompok. Artinya, berasal dari dalam diri peserta (berat badan, usia, jenis kelamin, pengalaman, rasa kompetensi, kepribadian, dll), sedangkan input eksternal meliputi lingkungan rumah, sekolah, dan masyarakat. Faktor lingkungan sangat berpengaruh terhadap munculnya dan berkembangnya minat pribadi. Sangat sulit untuk menentukan mana dari ketiga lingkungan yang lebih berpengaruh, karena minat individu muncul dan berkembang melalui faktor keluarga, begitu juga lingkungan sekolah dan masyarakat dan sebaliknya. Apalagi objeknya sendiri sangat beragam.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat antara lain:

- a. Faktor dorongan dari dalam (*Internal*): Faktor yang berhubungan dengan pertahanan terhadap dorongan fisik, motivasi, rasa lapar, takut, dan rasa sakit.
- b. Faktor motif social: adalah faktor yang membuat kita tertarik untuk melakukan kegiatan yang memenuhi kebutuhan sosial. Misalnya, Anda mungkin perlu mencari foto untuk menyelesaikan tugas profesional.

³⁷ Lucas, D. B., & Britt, S. H. (1963). *Measuring Advertising Effectiveness*. McGraw-Hill Book Company.

- c. Faktor emosional, atau perasaan: Faktor-faktor tersebut dapat membangkitkan minat individu, dan ketika membangkitkan emosi dan perasaan senang, emosi tersebut membangkitkan minat dan memperkuat minat yang ada.³⁸

Kepentingan pelanggan/konsumen mempengaruhi pengambilan keputusan. Minat dan pengambilan keputusan konsumen/pelanggan juga dipengaruhi oleh dukungan berbagai faktor. Faktor-faktor tersebut baik internal konsumen itu sendiri (self-reported) dan faktor eksternal di luar kendali mereka.³⁹

Dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa ada faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi minat pelanggan. Faktor internal adalah faktor internal kita sendiri seperti kepribadian, sikap, motivasi, gaya hidup, dan pengalaman. dapat disimpulkan menjadi faktor. Faktor eksternal adalah faktor yang dipengaruhi dari luar, seperti ekonomi, lingkungan, keluarga, lokasi, pelayanan dan bagi hasil. Berikut faktor-faktor yang peneliti peroleh setelah mewawancarai nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen:

Faktor Internal dijabarkan sebagai berikut:

1. Kepribadian, sikap, dan gaya hidup: Nasabah tidak mau menabung tabungan Haji dikarenakan mereka bukan orang yang beriman/lemah imannya, sehingga enggan menabung tabungan Haji untuk ibadah Haji mereka sebagai salah satu kewajiban umat muslim.
2. Pengalaman dan lain-lain: Nasabah tidak mau menabung tabungan Haji di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen karena menurut mereka berangkat Haji dengan uang cash secara langsung lebih baik dari pada harus menabung terlebih dahulu, atau ada juga yang beranggapan harus melaksanakan Umroh terlebih dahulu sebelum Haji, ada juga yang memilih menabung ditempat lain atau bahkan dirumahnya sendiri karena nasabah beranggapan lebih aman/nyaman.

Faktor eksternal dijabarkan sebagai berikut:

1. Ekonomi: Nasabah tidak menabung tabungan Haji karena ekonomi si nasabah rendah, sehingga hanya cukup untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Pendapatan nasabah yang rendah memaksa nasabah untuk lebih memilih barang-barang (produk)

³⁸ Abdul Rahman Shaleh, Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2004), 263-265.

³⁹ Rudi Irwansyah, dkk, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021), 108.

kebutuhan pokok saja, sedangkan produk yang dinilai kurang urgen, diputuskan untuk ditunda bahkan tidak diambil.

2. Pelayanan: Banyak nasabah yang tidak menabung tabungan Haji dikarenakan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen kurang dalam melakukan sosialisai/memperkenalkan produk tabungan Haji mereka kepada nasabah, sehingga banyak nasabah yang tidak tau mengenai produk tabungan Haji di Bank tersebut. Sehingga bisa disimpulkan bahwa BPRS Sukowati Sragen juga masih kurang dalam hal pelayanan terutama pada produk tabungan Haji mereka.

Untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi minat nasabah pasar Banaran terhadap produk tabungan haji di BPRS Sukowati Sragen, peneliti telah melakukan wawancara dengan nasabah BPRS Sukowati Sragen di pasar Banaran yang berjumlah 11 orang. Hasil dari wawancara tersebut menunjukkan bahwa dari 11 orang nasabah yang diwawancarai, hanya 1 orang nasabah yang berminat terhadap produk tabungan Haji, ini membuktikan bahwa produk tabungan Haji tidak begitu diminati di BPRS Sukowati Sragen. Faktor yang menyebabkan nasabah BPRS Sukowati Sragen di pasar Banaran berminat atau tidak berminat terhadap produk tabungan hajinya adalah karena keinginan nasabah menunaikan ibadah haji, lokasi bank yang dekat dengan rumah atau tempat nasabah bekerja, usia nasabah, ekonomi nasabah, iman dan kepercayaan si nasabah, dan juga yang paling banyak adalah karena ketidaktahuan nasabah mengenai produk tabungan Haji di Bank Syariah tersebut. Jadi juga bisa disimpulkan bahwa Bank Syariah Sragen masih kurang dalam mensosialisasikan mengenai produk tabungan Hajinya.

Dalam penelitian ini faktor yang paling dominan membuat nasabah di pasar Banaran tidak menabung tabungan Haji adalah karena faktor eksternal, yaitu karena nasabah tidak mengetahui akan adanya produk tabungan tersebut, jadi juga dapat disimpulkan bahwa Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen masih kurang dalam hal mensosialisasikan produknya, terutama produk tabungan Haji di pasar Banaran Sragen. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen harusnya lebih giat lagi mensosialisasikan produk tabungan Hajinya di pasar Banaran Sragen, sehingga lebih banyak nasabah di Pasar Banaran yang berminat terhadap produk tabungan Haji tersebut. Bank Syariah Sragen harus lebih memperhatikan promosi yang dilakukannya, terutama untuk produk tabungan Haji, apakah

sudah bagus atau belum, dan apakah nasabah sudah puas dengan penjelasan dari promosi yang dilakukan oleh pihak bank.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Minat nasabah pasar Banaran terhadap produk tabungan haji di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen

Untuk menganalisis minat nasabah pasar Banaran terhadap produk tabungan haji di BPRS Sukowati Sragen, peneliti telah melakukan wawancara dengan nasabah PT BPRS Sukowati Sragen di pasar Banaran yang berjumlah 11 orang nasabah. Hasil dari wawancara 11 orang nasabah tersebut hanya 1 orang yang berminat terhadap produk tabungan Haji. Faktor yang mempengaruhi nasabah berminat atau tidak berminat untuk memilih tabungan haji di BPRS Sukowati Sragen diantaranya yaitu karena faktor ingin menunaikan ibadah haji, faktor lokasi bank yang dekat, faktor usia, faktor ekonomi, faktor iman kepercayaan, dan juga yang paling banyak adalah karena faktor ketidaktahuan nasabah mengenai produk tabungan Haji di Bank Syariah tersebut. Jadi juga bisa disimpulkan bahwa Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen juga masih kurang dalam mensosialisasikan mengenai produk tabungan Hajinya, sehingga sedikit nasabah yang berminat terhadap produk tabungan Haji di bank tersebut.

2. Faktor yang mempengaruhi minat nasabah pasar Banaran terhadap produk tabungan haji di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah pasar Banaran terhadap produk tabungan Haji di BPRS Sukowati Sragen ada dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal dari data wawancara tersebut antara lain: karena ekonomi nasabah, kurang kuatnya iman, dan karena motivasi dimana ingin menunaikan ibadah Umroh terlebih dahulu sebelum Haji, atau pengaruh orang lain dimana menabung dirumah sendiri untuk Haji lebih baik dari pada harus menabung di Bank Syariah. Faktor eksternal antara lain: karena faktor ekonomi, dan juga karena pelayanan, dimana Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen masih kurang dalam mensosialisasikan produk tabungan Haji

mereka, sehingga banyak nasabah yang tidak tau dan enggan menabung tabungan Haji di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen.

Faktor yang paling dominan ditemukan peneliti adalah faktor eksternal dimana Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen kurang dalam mensosialisasikan dan mempromosikan tentang produk tabungan hajinya, oleh karena itu ada juga nasabah yang tidak mengetahui tentang produk tersebut sehingga tidak menabung. Bank Syariah Sragen harus lebih memperhatikan promosi yang dilakukannya, terutama untuk produk tabungan Haji.

Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan penulis, penulis memberikan saran agar Bank Syariah Sragen agar lebih meningkatkan kinerja dan lebih giat lagi dalam melakukan promosi produk tabungan, dalam bentuk mensosialisasikan produk-produknya, agar tidak malas-malas dan selalu giat dalam mensosialisasikan produk tabungannya, terutama produk tabungan haji. Pelayanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan juga merupakan hal yang sangat penting untuk menarik minat nasabah ataupun calon nasabah, oleh karena itu penulis memberikan saran agar BPRS Sukowati Sragen lebih meningkatkan lagi hal tersebut, agar peminat produk tabungan di BPRS Sukowati Sragen terutama produk tabungan haji terus meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Jamil: *Al-Qur'an Tajwid Warna, Terjemahan Perkata, Terjemahan Inggris*. Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2012.
- Brosur Bank Syariah Sragen, *Tabungan iB Haji*.
- Ghatan, Wawancara, 20 Juni, 2022.
- Ghony, Djunaidi, dan Fauzan Almanshur, *Metodologi penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013.
- Hasanah, Uswah, dan Mutiah Khaira Sihotang. "Pemanfaatan Tabungan Haji Dan Umrah Bank Muamalat Oleh PT.Sabrina Al-Fikri Dalam Menjaring Nasabah Di Kota Medan", *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 03, Nomor 01, 2021.
- Husaini, Fira. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020.
- Indri, Wawancara, 20 Juni 2022.
- Irwansyah, Rudi, dkk, *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.
- Kustini, Wawancara, 20 Juni 2022.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009.
- Lucas, D. B., & Britt, S. H. 1963. *Measuring Advertising Effectiveness*. McGraw-Hill Book Company.
- Parmi, Wawancara, 20 Juni 2022.
- Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Ramadhan, Muhammad. *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021.
- Sari, Ferrika, "Tabungan Haji Perbankan Terus Tumbuh", dalam <https://amp.kontan.co.id/news/tabungan-haji-perbankan-terus-tumbuh>. Diakses pada tanggal 30 maret 2022, jam 09.26.
- Sarifudin, Muhamad. *Pembiayaan Musyarakah Dalam Meningkatkan Pendapatan di BPRS*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021.
- Sekati, Wawancara, 20 Juni 2022.
- Shajdeini, Sutan Remy. *Perbankan Islam Dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 2007.
- Shaleh, Abdul Rahman, dan Muhibb Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Sri Endang Purwaningsih, Wawancara, 20 Juni 2022.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis "Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D"* (Bandung: Alfabeta, 2017).

Suharni. Wawancara, 20 Juni 2022.

Sulistyowat., Wawancara, 20 Juni 2022.

Sulistyowati, Wawancara, 20 Juni 2022.

Sumiati. Wawancara, 20 Juni 2022.

Sunarni, Wawancara, 20 Juni 2022.

Sunarni. Wawancara, 20 Juni 2022.

Suryana, Irfan. *Sebuah Panduan Menjadi Diri Sendiri*.

Suwarni. Wawancara, 20 Juni 2022.

Widyani, Retno, dan Mansyur Pribadi. *Panduan Ibadah: Haji dan Umrah*. Cirebon: Swagati Press, 2010.

Lampiran



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

Kreditasi "B" sesuai SK BAN-PT Nomor : 2619/SK/BAN-PT/Ak-SURV/PT/XI/2-16
Alamat : Jl. Puspita Jaya, Jenangan, Ponorogo Telp. (0352) 3576565, Kode Pos 6392
Email: febi@iainponorogo.ac.id Website: [http:// https://febi.iainponorogo.ac.id](http://https://febi.iainponorogo.ac.id)

Lampiran: form nota kesepakatan

NOTA KESEPAKATAN

Yang bertandatangan di bawah ini, kami:

Nama : Tri Bayu Ramadan
NIM : 402180224
Alamat : Dukuh Karang RT 002 RW 002 Plosojenar Kauman Ponorogo
No HP : 082197805341

Selaku mahasiswa penulis tugas akhir (skripsi), selanjutnya disebut PIHAK PERTAMA

Nama Dosen : Husna Ni'matul Ulya, M.E.Sy
NIP/NIDN : 198608082019032023
Pangkat/Golongan : Penata muda tingkat 1 / IIIB
Alamat : Dukuh Krajan RT 001 RW 002 Gandu Mlarak Ponorogo
No. HP : 085735193877

Selaku dosen pembimbing tugas akhir (skripsi), selanjutnya disebut PIHAK KEDUA.

Bahwa PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA bekerjasama sebagai mahasiswa dan dosen pembimbing telah menghasilkan karya ilmiah berupa skripsi. Selanjutnya PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA bersepakat:

1. Mengkonversikan tugas akhir menjadi naskah artikel.
2. Melakukan submit jurnal ilmiah.
3. PIHAK PERTAMA sebagai penulis pertama, sedangkan PIHAK KEDUA sebagai penulis kedua

Demikian nota kesepakatan ini kami buat dengan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Ponorogo, 8 November 2022
Para Pihak

PIHAK PERTAMA: 
Tri Bayu Ramadan

PIHAK KEDUA: 
Husna Ni'matul Ulya, M.E.Sy

