

PREFERENSI MASYARAKAT MUSLIM KOTA JAMBI PADA PRODUK HAJI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH

Ardian Nasution¹, Lucky Enggrani Fitri², Ary Dean Amri³

Universitas Jambi^{1,2,3}

Email: ardiannasution20@gmail.com¹, lucky_fitri@unja.ac.id²,
arydeanamry@unja.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi masyarakat Muslim Kota Jambi terhadap produk haji Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Meskipun ibadah haji merupakan kewajiban agama, masih banyak masyarakat yang belum memulai persiapan finansial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan 15 informan terpilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas informan memiliki preferensi yang kuat terhadap produk tabungan haji yang didorong oleh persepsi bahwa ibadah haji harus dilaksanakan tanpa utang serta adanya rasa aman dan fleksibilitas. Preferensi ini diperkuat oleh pengaruh pribadi dari lingkungan terdekat, seperti keluarga. Disisi lain, pertimbangan kemudahan dari beberapa narasumber memilih produk talangan haji sebagai langkah cepat untuk mendapatkan nomor porsi haji yang mereka sudah pelajari dan pahami. Meskipun niat berhaji sangat tinggi, hambatan utama yang dihadapi masyarakat untuk memulai persiapan finansial adalah kondisi ekonomi yang belum memadai dan kurangnya pengetahuan detail tentang produk haji. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya edukasi dari Lembaga Keuangan Syariah untuk meningkatkan literasi finansial dan menyediakan produk yang sesuai dengan kondisi ekonomi serta keyakinan spiritual masyarakat.

Kata Kunci: Preferensi, Produk Haji, Tabungan Haji, Pembiayaan Haji, Lembaga Keuangan Syariah

Abstract

This study aims to analyze the preferences of Muslim communities in Jambi City towards Hajj products offered by Islamic Financial Institutions (LKS). Although the Hajj is a religious obligation, many people have not yet begun financial preparation. This study used a qualitative approach. Data were obtained through in-depth interviews with 15 selected informants. The results showed that the majority of informants had a strong preference for Hajj savings products, driven by the perception that the Hajj should be performed without debt and by the perceived sense of security and flexibility. This preference was reinforced by personal influences from their immediate environment, such as family. Furthermore, several informants considered convenience as a quick way to obtain their Hajj portion number, which they had already studied and understood. Despite the high intention to perform the Hajj, the main obstacles faced by the community in starting financial preparation were inadequate economic conditions

and a lack of detailed knowledge about Hajj products. These findings underscore the importance of education from Islamic Financial Institutions to improve financial literacy and provide products that align with the community's economic conditions and spiritual beliefs.

Keywords: Preferences, Hajj Products, Hajj Savings, Hajj Financing, Islamic Financial Institutions

A. Pendahuluan

Haji sendiri merupakan rukun Islam kelima yang wajib dilaksanakan oleh setiap muslim yang telah mampu melaksanakannya. Dalam menunaikan ibadah haji kemauan dan kemampuan sangatlah penting, karena banyak orang yang telah mampu materinya tapi belum ada kemauan, dan sebaliknya ada yang benar-benar ingin berangkat haji tapi belum mampu materinya.¹ Kewajiban haji telah dijelaskan dalam Al-Quran surat Ali-Imran Ayat 97:

Allah Berfirman, “*Mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah; Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji) maka sesungguhnya Allah maha kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam*” (**Q.S Ali-Imran ; 97**)

Bagi setiap muslim termasuk muslim di Indonesia, ibadah haji memiliki makna sangat penting. Dalam konteks Indonesia, ibadah haji tidak hanya melihat sebagai salah satu rukun Islam yang wajib dilaksanakan kaum muslimin bagi mereka yang mampu tetapi juga memiliki makna sosiologis dan historis sangat berarti. Secara sosiologis dan historis, dapat dikatakan bahwa perkembangan Islam di Indonesia tidak bisa lepas dari ibadah haji.

Tabel 1. 1 Daftar Tunggu Haji berdasarkan Wilayah

Wilayah	Kuota	Tahun	Jumlah Pendaftar
Jambi	2.736	32	85.167
Sumsel	6.594	23	150.039
Riau	4.742	26	119.662
Sumbar	4.331	24	102.163

Sumber : Dirjen Penyelenggaraan Haji dan Umrah, KemenagRI (2025)

Berdasarkan Tabel 1.1 merupakan tampilan gambaran beberapa daerah di Indonesia yang mencapai puluhan tahun untuk dapat melaksanakan ibadah Haji. Hal ini dikarenakan minat menunaikan kewajiban haji umat muslim cukup tinggi yang menyebabkan panjangnya antrian keberangkatan. Disamping itu, biaya yang lumayan mahal untuk melakukan perjalanan haji, juga tidak mengurangi niat masyarakat. Antusiasme umat muslim Indonesia terhadap haji mendorong para pelaku bisnis terutama lembaga keuangan syariah memperluas lingkup usahanya dengan mengeluarkan produk haji yang bisa menampung aspirasi masyarakat tersebut.

¹ Taufikurrahman, Iim Wasliman, and Eva Dianawati, “Manajemen Bimbingan Manasik Haji Dalam Membina Kemandirian Calon Jamaah Haji,” *Wahana Didaktika: Jurnal Ilmu Kependidikan* 21, no. 2 (2023): 309–28, <https://doi.org/10.31851/wahanadidaktika.v21i2.11208>.

Keberadaan bank dan lembaga non-bank syariah dalam menyediakan berbagai produk haji guna mempermudah masyarakat dalam mempersiapkan ibadah haji terus berkembang diberbagai wilayah, salah satunya kota Jambi. Infrastruktur layanan perbankan maupun non-perbankan syariah yang berkembang pesat, seperti keberadaan kantor Lembaga keuangan syariah, maupun kemudahan atau kedekatan akses ke informasi terkait produk Lembaga keuangan syariah. Hal ini tentu mempermudah masyarakat, untuk mengenal, memahami, dan memanfaatkan produk haji.

Berdasarkan dari Kementerian Agama, jumlah penduduk di kota Jambi mencapai 622.014 jiwa. Ditilik berdasarkan agamanya, mayoritas atau 87% penduduk Kota Jambi beragama islam dengan sebanyak 543.119 jiwa.² Data ini memiliki kaitan erat dengan ibadah haji, mengingat kewajiban umat Muslim untuk menunaikan haji bagi yang mampu. Jumlah penduduk Muslim Kota Jambi yang besar tentunya berpotensi meningkatkan jumlah pendaftar haji setiap tahunnya dan tentu menjadi peluang bagi lembaga keuangan syariah untuk memasarkan produk haji.

Melihat besarnya potensi tersebut dan belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji preferensi masyarakat di Kota Jambi terhadap produk-produk haji. Maka penting untuk memahami bagaimana preferensi masyarakat Kota Jambi terhadap produk haji yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah, baik dari sektor perbankan maupun non-perbankan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi masyarakat Kota Jambi terhadap produk haji yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah. Dalam penelitian ini, memfokuskan analisis pada produk Tabungan Haji dan Pembiayaan Haji karena kedua skema ini merupakan produk utama yang digunakan dan diakses oleh mayoritas masyarakat Muslim umum di Kota Jambi. Analisis ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih produk haji. Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi dasar dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, inovatif, dan efektif, serta mendorong peningkatan kualitas pelayanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan dan ekspektasi masyarakat Muslim Kota Jambi dalam merencanakan ibadah haji secara finansial melalui lembaga keuangan syariah.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam semi terstruktur. Terdapat dua sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan langsung dari masyarakat kota jambi guna mendapatkan informasi mengenai persoalan yang akan dikaji, sedangkan data sekunder didapatkan melalui Laman OJK terkait informasi literasi keuangan syariah masyarakat dan BPS untuk menggambarkan data jumlah jamaah haji dan jumlah penduduk kota jambi. Selain

² Badan Pusat Statistik (BPS), *Jumlah Penduduk Kota Jambi Menurut Agama yang Dianut (Jiwa)* (Jambi: Badan Pusat Statistik, 2023).

itu, berbagai jurnal juga menjadi rujukan dalam penelitian ini.

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Jambi, yang dipilih karena keberadaan lembaga keuangan syariah cukup berkembang dan masyarakatnya memiliki potensi besar sebagai pengguna produk haji. Oleh karena itu, penelitian ini sangat penting untuk mengetahui preferensi masyarakat muslim Kota Jambi terhadap produk haji yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah, baik bank maupun non-bank syariah.

Dalam penelitian ini, melibatkan 15 informan atau narasumber sebagai sumber informasi dengan metode saturasi data. Penentuan informan dilakukan dengan kombinasi dua teknik pengambilan sampel, yaitu *convenience sampling* dan *purposive sampling*. Penggunaan kombinasi ini bertujuan untuk memastikan efisiensi dalam proses pengumpulan data sekaligus menjaga relevansi dan kekayaan informasi yang didapatkan.

Kriteria spesifik yang digunakan untuk memilih informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Masyarakat Muslim Kota Jambi yang memiliki rencana dan yang sudah menggunakan produk haji.
- b. Informan dipilih dari berbagai rentang usia, mulai dari usia produktif (20-40 tahun), dan usia mapan (40-60 tahun). Keragaman usia ini penting untuk menggali perbedaan perspektif, prioritas, dan pertimbangan finansial dalam memilih produk haji, seperti skema tabungan atau talangan.
- c. Informan dipilih dari berbagai profesi, seperti mahasiswa, pegawai negeri sipil (PNS), karyawan swasta, pengusaha, pedagang, dan ibu rumah tangga. Perbedaan latar belakang pekerjaan ini akan memberikan data yang kaya mengenai bagaimana stabilitas penghasilan dan pola pendapatan memengaruhi preferensi mereka terhadap produk haji.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan. Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan. Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data merupakan sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Kemudian penarikan kesimpulan dari semua data yang telah diperoleh sebagai hasil dari penelitian. Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah usaha untuk mencari atau memahami makna atau arti, keteraturan, pola-pola, penjelasan, alur sebab akibat atau proposisi. Setelah melakukan verifikasi maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk narasi. Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari kegiatan analisis data.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Faktor yang Membentuk Preferensi Masyarakat Muslim Kota Jambi Dalam Memilih Produk Hajji

Preferensi merupakan rasa lebih suka pada sesuatu dibandingkan pada yang lainnya, konsumen memiliki preferensi terhadap suatu produk dan merk yang berbeda-beda dalam banyak hal termasuk atribut produk. Preferensi diartikan sebagai derajat kesukaan seseorang terhadap suatu jenis produk. Preferensi dapat terbentuk dari melalui pola pikir konsumen yang didasari oleh beberapa alasan yaitu: pengalaman yang diperoleh sebelumnya, serta kepercayaan turun menurun.³

Produk haji dari lembaga keuangan syariah merupakan layanan keuangan yang dirancang khusus untuk membantu umat Muslim mempersiapkan dan melaksanakan ibadah haji sesuai prinsip syariah. Produk ini biasanya terdiri dari 2 skema secara umum, tabungan haji dan pembiayaan talangan haji. Tabungan haji memungkinkan nasabah untuk menabung secara rutin dengan mekanisme yang bebas dari riba (bunga) dan unsur-unsur yang dilarang dalam Islam, sehingga dana yang terkumpul dapat digunakan untuk membiayai keberangkatan haji secara halal dan amanah. Produk ini memberikan kemudahan dan kepastian bagi nasabah dalam merencanakan ibadah haji, sekaligus mendorong kebiasaan menabung yang disiplin dan berkelanjutan.⁴

Preferensi masyarakat terhadap produk haji merupakan cerminan dari kecenderungan atau pilihan individu untuk lebih menyukai satu jenis produk, baik itu tabungan haji maupun pembiayaan haji. Preferensi ini tidak muncul begitu saja, melainkan terbentuk melalui proses yang kompleks di mana konsumen mengevaluasi berbagai atribut produk berdasarkan kebutuhan dan keyakinan mereka.

Berdasarkan dari hasil analisis data wawancara mendalam terhadap 15 narasumber di Kota Jambi mengidentifikasi adanya empat faktor utama yang secara signifikan membentuk preferensi masyarakat Muslim dalam memilih jenis produk haji dari Lembaga Keuangan Syariah (LKS).

a. Faktor Persepsi

Mayoritas narasumber secara tegas mempersepsikan Tabungan Haji sebagai satu-satunya cara yang diterima, karena mereka menafsirkan syarat "mampu" dalam syariat sebagai kemampuan finansial murni tanpa beban utang, menganggap Pembiayaan/Talangan Haji sebagai atribut yang tidak diinginkan dan bertentangan dengan nilai agama karena berpotensi mengganggu kesempurnaan ibadah akibat kewajiban cicilan. Sebaliknya, kelompok minoritas narasumber memiliki persepsi yang berbeda mengenai "mampu," mendefinisikannya sebagai kemampuan untuk melunasi angsuran secara rutin melalui kapasitas arus kas (bukan ketersediaan dana tunai di awal), dan memilih skema Pembiayaan secara pragmatis untuk mengakses pendaftaran dan mengamankan nomor porsi lebih cepat sebagai respons strategis terhadap panjangnya masa tunggu haji.

b. Faktor Ekonomi

³ Suci Angriva and Andrie Kisroh Sunyigono, "Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Produk Madu Pt Kembang Joyo," *Agriscience* 1, no. 1 (2020): 186–99, <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.7850>.

⁴ Wuryaningsih Dwi Lestari, Sri Murwanti, and Muhammad Sholahuddin, "Pembiayaan Ibadah Haji Pada Lembaga Keuangan Syariah," *Cakrawala: Jurnal Studi Islam* 12, no. 2 (2017): 141–50, <https://doi.org/10.31603/cakrawala.v12i2.1703>.

Faktor kondisi ekonomi pribadi merupakan penentu utama preferensi produk Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dan momen memulai persiapan haji, di mana jenis produk yang dipilih merupakan adaptasi terhadap kapasitas keuangan narasumber. Narasumber dengan pendapatan pas-pasan atau tidak menentu (seperti pedagang) cenderung memilih Tabungan Haji karena skema ini menawarkan fleksibilitas finansial yang tinggi; tidak menuntut setoran rutin yang mengikat, sehingga memungkinkan penyisihan dana sewaktu-waktu sesuai ketersediaan *disposable income*. Sebaliknya, narasumber yang memilih skema Pembiayaan/Talangan Haji umumnya memiliki pendapatan yang tetap dan konsisten. Stabilitas pendapatan ini memberikan keyakinan dan kemampuan untuk berkomitmen pada angsuran bulanan, memungkinkan mereka mengubah kendala dana tunai awal menjadi komitmen angsuran yang terjamin, sehingga Pembiayaan menjadi pilihan realistik untuk mempercepat pendaftaran.

c. Faktor Fleksibilitas dan Kemudahan Produk

Faktor kemudahan dan fleksibilitas merupakan penentu krusial dalam tingginya preferensi narasumber terhadap Tabungan Haji sebagai solusi persiapan dana haji pribadi, sejalan dengan teori preferensi konsumen yang menghargai atribut fleksibilitas dan kemudahan akses. Nilai tambah utama Tabungan Haji adalah fleksibilitas setoran, yang berbeda dengan kewajiban angsuran kaku pada skema pembiayaan; skema ini memungkinkan setoran dilakukan secara *ad-hoc* (tidak terikat waktu atau jumlah) sesuai dengan fluktuasi pendapatan dan prinsip kehati-hatian finansial narasumber. Selain itu, kemudahan administrasi dan aksesibilitas teknologi LKS sangat diapresiasi, terutama melalui modernisasi layanan perbankan digital. Kemampuan membuka dan mengelola rekening, serta melakukan setoran melalui aplikasi *mobile banking*, secara signifikan meminimalkan hambatan birokrasi, menghemat waktu, dan menjadikan proses persiapan haji lebih efisien dan selaras dengan gaya hidup modern.

d. Faktor Kepercayaan dan Pengaruh Lingkungan Sosial

Tingkat kepercayaan (*trust*) terhadap Lembaga Keuangan Syariah (LKS) menjadi faktor fundamental dalam memilih produk, khususnya Tabungan Haji, yang diperkuat oleh dua aspek utama: kepercayaan internal dan dukungan eksternal. Kepercayaan internal terbentuk karena mayoritas narasumber adalah nasabah aktif Bank Syariah, menciptakan familiaritas dan memandang Tabungan Haji sebagai opsi yang umum dan minim risiko, sejalan dengan teori preferensi yang didasari oleh pengalaman sebelumnya. Sementara itu, dukungan eksternal berasal dari rekomendasi dan pengalaman positif anggota keluarga dan tetangga. Bukti sosial ini berfungsi sebagai validasi kuat atas keandalan, keamanan, dan kemudahan produk LKS. Pengalaman sukses anggota keluarga yang telah menunaikan haji menggunakan produk yang sama, seperti yang diungkapkan oleh narasumber, secara langsung mengurangi risiko yang dipersepsi, menjadikan produk Haji sebagai pilihan yang paling terpercaya dan disukai dalam lingkungan sosial mereka.

2. Alasan Masyarakat Muslim Kota Jambi dalam Memilih Produk Haji di Lembaga Keuangan Syariah

Berdasarkan hasil wawancara, preferensi produk haji di Lembaga Keuangan Syariah (LKS) oleh masyarakat Muslim Kota Jambi terbagi menjadi

dua skema utama, dengan dominasi signifikan pada produk simpanan (Tabungan Haji). Distribusi pilihan narasumber disajikan pada Tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1 Pilihan Produk Haji Narasumber

No	Jenis Produk Haji	Jumlah Nasumber (orang)
1	Tabungan Haji	12
2	Talangan Haji	3
	Total	15

Analisis pada Tabel 3.1 menunjukkan temuan krusial bahwa mayoritas narasumber, yaitu sebanyak 12 orang, memiliki preferensi kuat terhadap produk Tabungan Haji dari Bank Syariah, baik yang sudah menggunakan maupun yang berencana menggunakan. Sementara itu, kelompok minoritas hanya sebanyak 3 orang yang memilih skema Pembiayaan/Talangan Haji.

Distribusi ini mengindikasikan bahwa meskipun kedua jenis produk tersedia di pasar syariah, terdapat kecenderungan masyarakat di Kota Jambi untuk memprioritaskan skema simpanan. Dominasi ini secara langsung dipengaruhi oleh dua orientasi kebutuhan dan persepsi utama, kelompok mayoritas memilih produk berdasarkan orientasi kapasitas dan prinsip kehati-hatian (*non-utang*), sedangkan kelompok minoritas memilih berdasarkan orientasi percepatan waktu dan aksesibilitas nomor porsi.

1. Alasan Memilih Produk Tabungan Haji

Keputusan dominan 12 dari 15 narasumber memilih skema Tabungan Haji didasarkan pada dua pilar utama, prinsip kehati-hatian finansial/agama dan keinginan kuat untuk menghindari tekanan psikologis utang. Pertama, Tabungan Haji dipandang sebagai satu-satunya cara untuk mempertahankan prinsip *Istith'ah* (mampu) Bebas Utang, di mana mengambil Pembiayaan/Talangan dianggap berutang dan dikhawatirkan dapat mengurangi kesempurnaan ibadah haji itu sendiri.

Keyakinan ini menunjukkan adanya prinsip kehati-hatian yang teguh dalam menjalankan muamalah yang berkaitan dengan ibadah wajib. Kemudian, produk ini unggul karena menawarkan fleksibilitas finansial dan ketiadaan tekanan yang signifikan, kontras dengan kewajiban cicilan Pembiayaan/Talangan yang kaku. Tabungan Haji memungkinkan setoran dana dilakukan secara *ad-hoc* (sesuai kelebihan dana) tanpa jadwal paksaan, menjadikannya sangat relevan bagi mereka dengan penghasilan tidak tetap, sekaligus menghilangkan beban psikologis dan risiko gagal bayar.

Alasan lainnya adalah kepercayaan terhadap Produk Perbankan Syariah dan Kemudahan Akses. Tingkat kepercayaan (*trust*) yang tinggi terbentuk karena mayoritas narasumber sudah merupakan nasabah aktif LKS, menumbuhkan familiaritas dan keyakinan terhadap layanan serta jaminan syariah dari produk tersebut (kesesuaian dengan prinsip dan akad syariah). Dari sisi praktis, Tabungan Haji dianggap mudah diakses dan dikelola; narasumber menghargai proses pembukaan rekening yang tidak rumit dan ketersediaan layanan melalui platform digital seperti *mobile banking*. Kemudahan akses digital ini memungkinkan mereka mengelola dan memantau tabungan secara efisien tanpa harus sering mengunjungi kantor cabang, yang menjadi pertimbangan praktis yang kuat.

Terakhir, Tabungan Haji diakui memiliki fungsi ganda sebagai Alat

Perencanaan dan Disiplin Finansial Jangka Panjang. Narasumber memandang produk ini bukan sekadar tempat penyimpanan, melainkan sebagai mekanisme pengamanan dana (*ring-fencing mechanism*) yang sangat penting untuk menghimpun dana haji secara khusus. Dengan menyimpan dana di produk yang bertujuan spesifik ini, risiko godaan konsumtif yang mungkin terjadi jika dana disimpan secara mandiri di luar sistem perbankan dapat dihindari. Fungsi ini memastikan dana tersebut tetap aman, terpisah dari anggaran operasional sehari-hari, sehingga mendukung proses persiapan dana yang lebih terstruktur, terencana, terlindungi, dan terjamin untuk mencapai setoran awal haji secara tepat waktu.

2. Alasan Memilih Produk Pembiayaan Haji

Keputusan minoritas 3 dari 15 narasumber memilih skema Pembiayaan/Talangan Haji didasarkan pada orientasi utama terhadap percepatan waktu dan efisiensi, sebagai solusi agresif untuk mengatasi kendala eksternal, yaitu panjangnya masa tunggu keberangkatan haji di Indonesia. Alasan yang paling mendominasi adalah Mengatasi Masa Tunggu yang Panjang. Skema Talangan dianggap efektif dan pragmatis karena memungkinkan narasumber untuk segera melunasi setoran awal BPIH dan mengamankan nomor porsi haji dengan cepat. Prioritas utama kelompok ini adalah *time utility* dan *time efficiency*, memastikan proses antrean haji dimulai sesegera mungkin tanpa harus menunggu dana terkumpul penuh, sehingga dapat menunaikan ibadah dalam rentang waktu yang lebih realistik dan terencana.

Alasan kedua adalah Komitmen Pembayaran dengan Pendapatan Tetap dan manajemen finansial yang cermat. Pemilihan skema ini didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka memiliki sumber pendapatan yang tetap dan stabil. Dalam perspektif mereka, kewajiban angsuran bulanan tidak dilihat sebagai beban utang yang memberatkan, melainkan sebagai solusi manajerial dan mekanisme pendisiplinan finansial yang efektif. Struktur pembayaran yang teratur dan terukur setiap bulan menjamin alokasi dana secara periodik, yang secara efektif berfungsi sebagai perangkat *self-control* untuk meminimalkan risiko penggunaan dana haji untuk keperluan konsumsi yang tidak mendesak.

Selanjutnya, pilihan ini didukung oleh Keyakinan terhadap Kesesuaian Skema Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Meskipun prinsip fikih ibadah haji menganjurkan *istitha'ah* bebas utang, narasumber memiliki kepercayaan mendalam bahwa produk talangan LKS telah disesuaikan melalui akad syariah seperti Ijarah atau Murabahah, yang diatur oleh Dewan Pengawas Syariah. Keyakinan ini memberikan jaminan aspek kehalalan pada proses transaksi.

Kepercayaan pada jaminan syariah LKS ini membantu narasumber mengatasi dilema antara tuntutan agama (haji tanpa utang) dan tuntutan modern (efisiensi waktu), memposisikan LKS sebagai fasilitator syariah yang menyediakan solusi keuangan inovatif. Bagi kelompok ini, selama LKS menjamin bahwa produk pembiayaan tersebut sah secara syariah (bebas riba), maka penggunaannya menjadi dapat diterima untuk mencapai tujuan ibadah sekaligus mempercepat pendaftaran haji.

D. Penutup

Preferensi masyarakat Muslim Kota Jambi dalam memilih produk haji di Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dipengaruhi oleh empat faktor kolektif. Pertama, Faktor Persepsi Keagamaan membagi preferensi, di mana mayoritas memilih Tabungan Haji karena keyakinan bahwa *istitha'ah* (mampu) harus dipenuhi dengan menghindari utang, sedangkan minoritas memilih Pembiayaan/Talangan Haji didorong oleh persepsi kemampuan mengangsur demi percepatan pendaftaran. Kedua, Faktor Ekonomi mendorong adaptasi pilihan, di mana Tabungan Haji sesuai bagi mereka dengan penghasilan tidak menentu karena skemanya minim risiko, sementara Talangan dipilih oleh mereka yang memiliki stabilitas pendapatan tetap. Ketiga, Faktor Kemudahan dan Fleksibilitas menjadikan Tabungan Haji menarik karena menawarkan fleksibilitas setoran tanpa tekanan angsuran, serta kemudahan akses dan pengelolaan melalui platform digital. Terakhir, Faktor Kepercayaan dan Pengaruh Lingkungan Sosial memperkuat keputusan, didukung oleh *trust* institusional terhadap Bank Syariah dan bukti sosial berupa rekomendasi positif dari lingkaran sosial terdekat.

Pilihan Tabungan Haji didominasi oleh orientasi Kapasitas dan Prinsip Kehati-hatian, dengan alasan utama berupa justifikasi keagamaan yang menolak pembiayaan (utang) demi kesempurnaan ibadah, diperkuat oleh pertimbangan kenyamanan finansial (menghindari tekanan angsuran), fungsi Tabungan sebagai alat disiplin finansial, dan adanya kepercayaan terhadap jaminan syariah LKS. Sebaliknya, pilihan Pembiayaan/Talangan Haji didorong oleh orientasi Percepatan Waktu, dengan alasan krusial untuk mengatasi masa tunggu yang panjang dan segera mengamankan nomor porsi haji. Keputusan ini didukung oleh adanya komitmen pembayaran yang terstruktur dari pendapatan tetap, serta keyakinan narasumber bahwa skema pembiayaan yang ditawarkan LKS telah dijamin kesesuaian syariahnya.

Untuk pengembangan studi lebih lanjut, disarankan melakukan perbandingan preferensi antar kota/provinsi guna mengetahui pola yang lebih umum, serta fokus spesifik pada Pembiayaan/Talangan Haji untuk menggali dan mengatasi miskonsepsi yang ada. Bagi Lembaga Keuangan Syariah, perlu meningkatkan edukasi dan sosialisasi komprehensif mengenai semua produk haji, mengembangkan inovasi produk Tabungan yang lebih fleksibel bagi nasabah berpendapatan tidak menentu, dan menerapkan strategi komunikasi yang transparan untuk Pembiayaan/Talangan, sambil memanfaatkan tokoh agama dan komunitas untuk membangun *trust* dan menyebarkan informasi secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Angriva, Suci, and Andrie Kisroh Sunyigono. "Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Produk Madu Pt Kembang Joyo." *Agriscience* 1, no. 1 (2020): 186–99. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.7850>.
- BPS, Badan Pusat Statistik. (2023). Jumlah Penduduk Kota Jambi Menurut Agama yang Dianut (Jiwa). Jambi: Badan Pusat Statistik (BPS).
- Lestari, Wuryaningsih Dwi, Sri Murwanti, and Muhammad Sholahuddin. "Pembiasaan Ibadah Haji Pada Lembaga Keuangan Syariah." *Cakrawala: Jurnal Studi Islam* 12, no. 2 (2017): 141–50. <https://doi.org/10.31603/cakrawala.v12i2.1703>.
- Taufikurrahman, Iim Wasliman, and Eva Dianawati. "Manajemen Bimbingan Manasik Haji Dalam Membina Kemandirian Calon Jamaah Haji." *Wahana Didaktika: Jurnal Ilmu Kependidikan* 21, no. 2 (2023): 309–28. <https://doi.org/10.31851/wahanadidaktika.v21i2.11208>.