
**CUSTOMER JOURNEY IN HAJJ SAVINGS: ANALISIS MEKANISME PEMBUKAAN REKENING
TABUNGAN HAJI PADA PT BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI KASUS PADA KANTOR
CABANG BSI KC SUDIRMAN JEMBER)**

¹Muzayyin, ²Fina Sarifa, ³Silviana Dewi, ⁴Muhammad Aris Maulana

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Email: ¹anamuzayyin.78@gmail.com, ²syarifahfina7@gmail.com,

³silviiiianaaaaa@gmail.com, ⁴muhammadarismaulana124@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci:

*Customer Journey;
Tabungan Haji;
Perbankan Syariah;
Pengalaman
Nasabah.*

Cara Sitasi:

Penulis, Muzayyin,
Fina Sarifa, Silviana
Dewi, Muhammad
Aris Maulana.
"Customer Journey In
Hajj Savings: Analisis
Mekanisme
Pembukaan
Rekening Tabungan
Haji Pada PT Bank
Syariah Indonesia
(Studi Kasus Pada
Kantor Cabang BSI
KC Sudirman
Jember)." *Currency:*
*Jurnal Keuangan dan
Perbankan Syariah*
[Volume 05, Nomor
01](#) Juli 2026

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Customer Journey* dalam mekanisme pembukaan rekening Tabungan Haji pada PT Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Sudirman Jember. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi yang melibatkan Customer Service, petugas operasional, serta nasabah Tabungan Haji. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña melalui tahapan pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Journey* pembukaan rekening Tabungan Haji berlangsung secara sistematis melalui enam tahapan, yaitu *awareness*, *consideration*, *account opening process*, *initial deposit*, *SISKOHAT validation*, dan *Post-Service Experience*. *Customer Service* menjadi *touchpoint* utama yang berperan dalam membangun pengalaman positif nasabah melalui pelayanan yang informatif, responsif, dan profesional. Integrasi layanan digital dengan Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) turut meningkatkan efisiensi proses administrasi dan mempercepat penerbitan nomor porsi haji. Meskipun demikian, masih ditemukan beberapa kendala, seperti kurangnya pemahaman sebagian nasabah mengenai persyaratan administrasi dan mekanisme pendaftaran haji serta meningkatnya waktu tunggu pelayanan pada periode tertentu. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan *Customer Journey* yang efektif mampu meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan, dan kepercayaan nasabah terhadap layanan Tabungan Haji di PT Bank Syariah Indonesia.

This study aims to analyze the Customer Journey in the Hajj Savings account opening mechanism at PT Bank Syariah Indonesia (BSI) Sudirman Jember Branch Office. The research employed a qualitative approach using a case study design. Data were collected through observations, in-depth interviews, and documentation involving Customer Service officers, operational staff, and Hajj

Savings customers. Data were analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña, which consists of data collection, data condensation, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that the Customer Journey in opening a Hajj Savings account follows six systematic stages: awareness, consideration, account opening process, initial deposit, SISKOHAT validation, and Post-Service Experience. Customer Service serves as the primary touchpoint in creating a positive Customer experience by providing informative, responsive, and professional services. The integration of digital banking services with the Integrated Hajj Information and Computerization System (SISKOHAT) enhances administrative efficiency and accelerates the issuance of Hajj queue numbers. However, several challenges remain, including limited customer understanding of administrative requirements and Hajj registration procedures, as well as longer waiting times during peak service periods. The study concludes that an effective Customer Journey significantly improves service quality, customer satisfaction, and trust in Hajj Savings services at PT Bank Syariah Indonesia.

Pendahuluan

Industri perbankan syariah di Indonesia terus menunjukkan perkembangan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Nawawi et al., 2021). Perkembangan tersebut tidak hanya ditandai oleh pertumbuhan aset, pembiayaan, dan penghimpunan dana pihak ketiga, tetapi juga oleh semakin beragamnya inovasi produk yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan finansial masyarakat (Amsari, 2021). Salah satu produk yang memiliki karakteristik khusus adalah Tabungan Haji, yaitu produk simpanan yang bertujuan membantu masyarakat mempersiapkan biaya penyelenggaraan ibadah haji secara bertahap. Produk ini memiliki peran strategis karena menjadi pintu awal bagi calon jemaah untuk memperoleh nomor porsi keberangkatan melalui Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT). Dengan masa tunggu keberangkatan haji di Indonesia yang relatif panjang, masyarakat didorong untuk melakukan perencanaan keuangan sejak dini melalui tabungan haji yang dikelola oleh bank syariah.

Sebagai bank syariah terbesar di Indonesia, PT Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki peran penting dalam mendukung penyelenggaraan ibadah haji melalui penyediaan layanan Tabungan Haji yang terintegrasi dengan sistem Kementerian Agama Republik Indonesia. Produk ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penghimpunan dana, tetapi juga sebagai layanan yang menghubungkan calon jemaah dengan proses administrasi pendaftaran haji secara resmi. Dalam praktiknya, keberhasilan layanan tersebut tidak hanya ditentukan oleh kesesuaian akad syariah maupun kelengkapan prosedur administrasi, tetapi juga oleh kualitas pengalaman yang dirasakan nasabah selama menjalani proses pembukaan rekening hingga memperoleh nomor porsi haji.

Perubahan perilaku konsumen pada era digital telah mendorong lembaga perbankan untuk beralih dari pendekatan yang berorientasi pada produk (product-oriented) menuju pendekatan yang berpusat pada pelanggan (*customer-centric*) (Priyanti, 2021). Nasabah tidak lagi hanya mempertimbangkan manfaat finansial suatu produk, tetapi juga menilai

kemudahan akses informasi, kecepatan pelayanan, transparansi prosedur, kenyamanan interaksi, serta konsistensi pelayanan pada setiap titik kontak (*touchpoint*). Dalam konteks tersebut, konsep *Customer Journey* menjadi pendekatan yang semakin relevan untuk memahami bagaimana pengalaman nasabah terbentuk sejak tahap awal mengenal produk hingga proses penyelesaian layanan. *Customer Journey* memetakan seluruh rangkaian interaksi pelanggan dengan penyedia jasa sehingga mampu mengidentifikasi titik-titik yang memberikan pengalaman positif maupun hambatan yang berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan (Halim et al., 2023).

Dalam layanan Tabungan Haji, *Customer Journey* dimulai ketika calon nasabah memperoleh informasi mengenai produk melalui berbagai media, kemudian berlanjut pada proses konsultasi dengan petugas bank, pemenuhan persyaratan administrasi, pembukaan rekening, penyetoran dana awal, hingga proses validasi melalui SISKOHAT untuk memperoleh nomor porsi haji. Setiap tahapan tersebut melibatkan interaksi langsung maupun digital antara nasabah dan pihak bank. Oleh karena itu, kualitas pelayanan pada setiap tahapan akan memengaruhi persepsi nasabah terhadap profesionalisme bank, tingkat kepercayaan, serta kepuasan terhadap layanan yang diterima. Apabila salah satu tahapan berjalan kurang optimal, seperti informasi yang tidak lengkap, prosedur yang rumit, atau waktu pelayanan yang lama, maka pengalaman nasabah secara keseluruhan dapat menjadi kurang baik meskipun produk yang ditawarkan memiliki manfaat yang tinggi.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan (*customer experience*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan, loyalitas, dan niat menggunakan kembali layanan perbankan (Lemon & Verhoef, 2016; Rather, 2023; Khan et al., 2024). Namun demikian, sebagian besar penelitian masih berfokus pada kualitas layanan digital, *mobile banking*, *internet banking*, atau kepuasan nasabah secara umum (Suhartanto et al., 2023; Azzahra & Hidayat, 2024). Penelitian mengenai *customer journey* pada layanan Tabungan Haji, khususnya yang mengkaji secara komprehensif mekanisme pembukaan rekening dari perspektif pengalaman nasabah, masih relatif terbatas. Sebagian besar studi tentang Tabungan Haji lebih menitikberatkan pada aspek kepatuhan syariah, kualitas pelayanan, minat masyarakat, atau keputusan memilih produk perbankan syariah, sedangkan analisis terhadap pengalaman nasabah pada setiap titik interaksi (*touchpoint*) selama proses pembukaan rekening belum banyak dilakukan (Fauzi et al., 2023; Rahmawati & Nugroho, 2024). Padahal, produk Tabungan Haji memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan produk tabungan reguler karena melibatkan koordinasi antara bank, Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) dan Kementerian Agama dalam proses registrasi haji. Oleh karena itu, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu dikaji lebih mendalam melalui pendekatan *customer journey* untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengalaman nasabah pada setiap tahapan layanan.

Selain itu, transformasi digital yang dilakukan oleh PT Bank Syariah Indonesia melalui berbagai inovasi layanan, termasuk pemanfaatan aplikasi digital dan penyederhanaan proses pembukaan rekening, belum sepenuhnya menggambarkan bagaimana pengalaman nasabah selama menjalani seluruh tahapan layanan. Evaluasi terhadap *Customer Journey* menjadi penting untuk mengetahui apakah mekanisme yang diterapkan telah memberikan kemudahan, efisiensi, transparansi, dan kenyamanan sesuai dengan harapan masyarakat. Hasil evaluasi tersebut dapat menjadi dasar bagi bank untuk melakukan perbaikan berkelanjutan dalam meningkatkan kualitas layanan, memperkuat kepercayaan masyarakat, serta mendukung peningkatan jumlah calon jemaah haji yang menggunakan produk Tabungan Haji BSI.

BSI Kantor Cabang Sudirman Jember dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu kantor cabang yang aktif melayani pembukaan rekening Tabungan Haji bagi masyarakat di wilayah Kabupaten Jember dan sekitarnya. Tingginya minat masyarakat terhadap produk Tabungan Haji menjadikan kantor cabang ini sebagai lokasi yang representatif untuk menganalisis secara mendalam mekanisme pelayanan yang diterapkan serta pengalaman nasabah pada setiap tahapan *Customer Journey*. Analisis terhadap mekanisme tersebut diharapkan mampu mengidentifikasi kelebihan, kendala, maupun peluang pengembangan layanan sehingga dapat mendukung peningkatan kualitas pelayanan berbasis pengalaman pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Customer Journey* dalam mekanisme pembukaan rekening Tabungan Haji pada PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman Jember. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian mengenai *Customer Journey* pada industri perbankan syariah, sekaligus memberikan kontribusi praktis bagi PT Bank Syariah Indonesia dalam merancang strategi peningkatan kualitas layanan yang lebih berorientasi pada pengalaman dan kebutuhan nasabah.

Kajian Teori

1. Customer Journey

Customer Journey merupakan keseluruhan pengalaman yang dialami pelanggan sejak pertama kali mengenal suatu produk atau layanan hingga menjadi pelanggan loyal. *Customer Journey* menggambarkan setiap titik interaksi (touchpoint) antara nasabah dengan lembaga keuangan selama proses memperoleh suatu layanan. Dalam industri perbankan, *Customer Journey* menjadi pendekatan yang digunakan untuk memahami kebutuhan, persepsi, kepuasan, serta hambatan yang dialami nasabah selama menggunakan layanan perbankan (Kurnia & Ni'mah, 2026).

Lemon dan Verhoef (2016) menjelaskan bahwa *Customer Journey* merupakan proses multidimensi yang mencakup seluruh pengalaman pelanggan sebelum pembelian (pre-purchase), saat pembelian (purchase), dan setelah pembelian (post-purchase). Pada setiap tahapan tersebut pelanggan berinteraksi dengan berbagai saluran komunikasi baik secara langsung maupun digital sehingga membentuk persepsi terhadap kualitas layanan perusahaan.

Dalam konteks perbankan syariah, *Customer Journey* tidak hanya berorientasi pada kemudahan pelayanan, tetapi juga harus mencerminkan nilai-nilai syariah berupa transparansi (*al-bayān*), kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*'adl*), dan pelayanan yang amanah (Ramin et al., 2024). Oleh karena itu, setiap tahapan pelayanan pembukaan rekening tabungan haji harus mampu memberikan pengalaman yang mudah, cepat, jelas, dan sesuai prinsip syariah (Ali et al., 2022).

Menurut McKinsey Customer Decision Journey, perjalanan pelanggan terdiri atas beberapa tahapan utama yaitu:

- a. *Awareness* (kesadaran)
- b. *Consideration* (pertimbangan)
- c. *Purchase/Opening Account* (pengambilan keputusan)
- d. *Service Experience*
- e. *Loyalty*
- f. *Advocacy*

Pada penelitian ini *Customer Journey* digunakan untuk memetakan pengalaman calon nasabah sejak memperoleh informasi mengenai Tabungan Haji BSI hingga rekening berhasil dibuka dan memperoleh nomor porsi haji.

2. Customer Experience

Customer experience merupakan persepsi pelanggan terhadap seluruh interaksi yang terjadi selama menggunakan produk maupun jasa perusahaan. Pengalaman pelanggan dibentuk melalui kualitas pelayanan, komunikasi, fasilitas, kemudahan proses, hingga penyelesaian masalah (Damayanti & Yusri, 2023).

Schmitt (2011) menjelaskan bahwa *Customer experience* terdiri atas lima dimensi utama yaitu:

- a. *Sense*
- b. *Feel*
- c. *Think*
- d. *Act*
- e. *Relate*

Dalam layanan Tabungan Haji BSI, pengalaman nasabah dipengaruhi oleh:

- 1) keramahan customer service;
- 2) kecepatan proses pembukaan rekening;
- 3) kemudahan persyaratan administrasi;
- 4) kejelasan informasi mengenai setoran awal haji;
- 5) kemudahan memperoleh nomor validasi melalui SISKOHAT.

Semakin positif pengalaman nasabah maka semakin tinggi tingkat kepuasan dan loyalitas terhadap bank.

3. Tabungan Haji Syariah

Tabungan haji merupakan produk penghimpunan dana yang disediakan bank syariah untuk membantu masyarakat mempersiapkan biaya penyelenggaraan ibadah haji secara bertahap. Dana yang terkumpul nantinya digunakan sebagai setoran awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH).

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah, setiap calon jemaah wajib melakukan setoran awal melalui Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPS-BPIH) yang telah ditunjuk pemerintah.

Pada Bank Syariah Indonesia, Tabungan Haji menggunakan akad syariah yang sesuai dengan ketentuan DSN-MUI sehingga dana nasabah dikelola berdasarkan prinsip syariah dan tidak mengandung unsur riba, gharar, maupun maysir. Karakteristik Tabungan Haji BSI antara lain (Evelyn & Rohmayanti, 2025):

- a. setoran awal ringan;
- b. bebas biaya administrasi tertentu sesuai ketentuan produk;
- c. terhubung dengan Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT);
- d. dapat digunakan sebagai rekening setoran awal BPIH;
- e. memperoleh nomor porsi haji setelah memenuhi persyaratan.

4. Akad pada Tabungan Haji

Dalam praktiknya, Tabungan Haji BSI umumnya menggunakan akad Wadiah Yad Dhamanah maupun Mudharabah Mutlaqah, tergantung jenis produk yang dipilih nasabah.

- a. Wadiah Yad Dhamanah

Wadiah merupakan akad penitipan harta dimana pihak penerima titipan diperbolehkan memanfaatkan dana dengan kewajiban mengembalikannya sewaktu-waktu ketika diminta oleh penitip. Karakteristik akad wadiah (Irawati & Miftah, 2026):

- 1) dana bersifat titipan;
- 2) bank menjamin pengembalian dana;
- 3) tidak ada pembagian keuntungan;
- 4) bonus diberikan secara sukarela.

b. Mudharabah Mutlaqah

Mudharabah merupakan akad kerja sama antara pemilik dana (shahibul maal) dengan pengelola dana (mudharib). Karakteristik (Ismawati & Erwati, 2026):

- 1) keuntungan dibagi berdasarkan nisbah;
- 2) kerugian ditanggung pemilik dana sepanjang bukan akibat kelalaian bank;
- 3) pengelolaan dana dilakukan sesuai prinsip syariah.

Penggunaan akad tersebut telah diatur dalam Fatwa DSN-MUI mengenai penghimpunan dana berdasarkan prinsip syariah.

5. Mekanisme Pembukaan Rekening Tabungan Haji

Mekanisme merupakan serangkaian prosedur yang harus dilakukan nasabah dalam memperoleh suatu layanan. Pada pembukaan rekening Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia, tahapan umum meliputi (Ismawati & Erwati, 2026):

- a. calon nasabah memperoleh informasi mengenai produk;
- b. menyiapkan dokumen persyaratan;
- c. melakukan registrasi;
- d. verifikasi identitas;
- e. pembukaan rekening oleh customer service;
- f. setoran awal tabungan;
- g. aktivasi rekening;
- h. apabila saldo memenuhi ketentuan setoran awal BPIH, dilakukan proses validasi melalui SISKOHAT untuk memperoleh nomor porsi haji.

Tahapan tersebut menjadi fokus utama analisis *Customer Journey* dalam penelitian ini.

6. Kualitas Pelayanan Perbankan Syariah

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan bank dalam memenuhi harapan nasabah melalui pelayanan yang profesional, cepat, akurat, dan sesuai prinsip syariah (Suhri, 2021).

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry mengembangkan konsep SERVQUAL yang terdiri atas lima dimensi:

- a. Tangible
- b. Reliability
- c. Responsiveness
- d. Assurance
- e. Empathy

Dalam pelayanan pembukaan rekening haji, kelima dimensi tersebut sangat menentukan pengalaman nasabah selama proses berlangsung.

7. Digitalisasi Layanan Perbankan Syariah

Transformasi digital telah mengubah cara bank melayani nasabah melalui mobile banking, pembukaan rekening digital, antrian online, serta integrasi sistem informasi (Akbar, 2019).

BSI telah mengembangkan layanan digital melalui aplikasi BYOND by BSI yang memungkinkan nasabah memperoleh berbagai layanan secara lebih efisien. Digitalisasi tersebut mendukung *Customer Journey* yang lebih sederhana, cepat, dan terintegrasi sehingga meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Haji.

8. SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu)

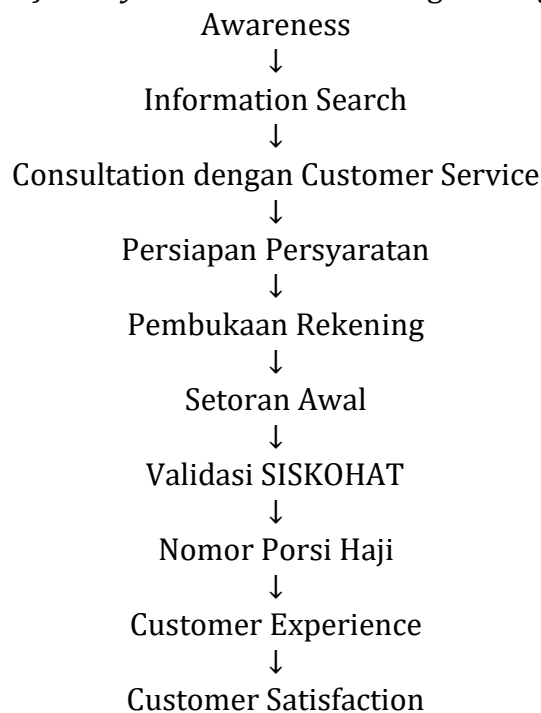
SISKOHAT merupakan sistem informasi yang dikelola Kementerian Agama Republik Indonesia untuk mendukung administrasi penyelenggaraan ibadah haji secara nasional.

Setelah calon jemaah memenuhi setoran awal sesuai ketentuan pemerintah, bank akan melakukan proses validasi melalui SISKOHAT sehingga calon jemaah memperoleh nomor porsi haji yang menjadi dasar penentuan antrean keberangkatan.

Integrasi antara Bank Syariah Indonesia dengan SISKOHAT menjadi salah satu touchpoint penting dalam *Customer Journey* Tabungan Haji karena menentukan keberhasilan proses registrasi haji.

Kerangka Konseptual

Customer Journey Pembukaan Rekening Tabungan Haji



Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam mekanisme pembukaan rekening Tabungan Haji serta pengalaman nasabah (*Customer Journey*) pada setiap tahapan pelayanan di PT Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Sudirman Jember (Aveling et al., 2015). Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai proses pelayanan, interaksi antara petugas bank dan nasabah, serta faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman nasabah selama pembukaan rekening Tabungan Haji.

Lokasi penelitian dilaksanakan di PT Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Sudirman Jember, yang merupakan salah satu kantor cabang BSI yang melayani produk Tabungan Haji dan telah terintegrasi dengan Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT). Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara purposive dengan pertimbangan bahwa kantor cabang tersebut memiliki aktivitas pelayanan pembukaan rekening Tabungan Haji yang cukup tinggi sehingga relevan untuk mengkaji *Customer Journey* nasabah.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder (Ishtiaq, 2019). Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan informan yang dipilih secara purposive, yaitu Branch Manager, Customer Service, petugas operasional yang menangani layanan Tabungan Haji, serta nasabah yang telah melakukan pembukaan rekening Tabungan Haji di BSI KC Sudirman Jember. Pemilihan informan didasarkan pada keterlibatan mereka dalam proses pelayanan sehingga mampu memberikan informasi yang sesuai dengan fokus penelitian. Adapun data sekunder diperoleh dari dokumen internal bank, standar operasional prosedur (SOP) pembukaan rekening Tabungan Haji, brosur produk, laporan perusahaan, peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), regulasi Kementerian Agama mengenai penyelenggaraan ibadah haji, serta berbagai literatur ilmiah berupa buku, artikel jurnal, dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *Customer Journey*, kualitas pelayanan, dan perbankan syariah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode, yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi (Furidha, 2024). Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung proses pelayanan pembukaan rekening Tabungan Haji, mulai dari kedatangan calon nasabah, konsultasi dengan petugas, proses verifikasi dokumen, pembukaan rekening, hingga tahapan validasi untuk memperoleh nomor porsi haji. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur menggunakan pedoman wawancara agar peneliti memperoleh informasi yang mendalam mengenai pengalaman nasabah pada setiap titik interaksi (*touchpoint*), kendala yang dihadapi, serta strategi pelayanan yang diterapkan oleh pihak bank. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data melalui pengumpulan dokumen pendukung, foto kegiatan, formulir pembukaan rekening, SOP pelayanan, serta dokumen lain yang relevan dengan penelitian.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti (*human instrument*) yang berperan dalam merencanakan penelitian, menentukan informan, melakukan wawancara, mengamati proses pelayanan, mengumpulkan dokumen, menganalisis data, hingga menarik kesimpulan. Untuk mendukung proses pengumpulan data digunakan pedoman wawancara, lembar observasi, alat perekam suara, kamera, dan catatan lapangan (Almalki, 2016).

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña, yang meliputi empat tahapan, yaitu pengumpulan data (*data collection*), kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), dan penarikan serta verifikasi kesimpulan (*conclusion drawing and verification*). Data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi terlebih dahulu ditranskripsi, kemudian diklasifikasikan berdasarkan tahapan *Customer Journey*, yaitu *awareness*, *consideration*, *account opening process*, *service experience*, dan *Post-Service Experience*. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi, matriks, atau bagan untuk memudahkan interpretasi sebelum dilakukan penarikan kesimpulan.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari pihak manajemen, petugas layanan, dan nasabah (Zaluchu, 2020). Triangulasi teknik dilakukan melalui perbandingan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, sedangkan triangulasi waktu dilakukan dengan pengumpulan data pada waktu yang berbeda guna memperoleh konsistensi informasi. Selain itu, peneliti juga melakukan *member checking* kepada informan untuk memastikan bahwa hasil interpretasi telah sesuai dengan informasi yang diberikan.

Fokus penelitian diarahkan pada analisis *Customer Journey* dalam mekanisme pembukaan rekening Tabungan Haji di BSI KC Sudirman Jember. Analisis mencakup setiap

tahapan perjalanan nasabah mulai dari memperoleh informasi mengenai produk, proses konsultasi, pemenuhan persyaratan administrasi, pembukaan rekening, penyetoran dana awal, validasi melalui SISKOHAT, hingga pengalaman nasabah setelah memperoleh nomor porsi haji. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kualitas mekanisme pelayanan serta pengalaman nasabah sebagai dasar rekomendasi dalam pengembangan layanan Tabungan Haji di PT Bank Syariah Indonesia.

Hasil Penelitian

Gambaran Umum PT Bank Syariah Indonesia KC Sudirman Jember

PT Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Sudirman Jember merupakan salah satu kantor cabang BSI yang memberikan layanan perbankan syariah secara komprehensif kepada masyarakat, termasuk layanan penghimpunan dana, pembiayaan, layanan digital, serta produk Tabungan Haji. Sebagai Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPS-BPIH), BSI memiliki kewenangan untuk menerima setoran awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) dan melakukan validasi data calon jemaah melalui Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) yang dikelola oleh Kementerian Agama Republik Indonesia.

Dalam memberikan pelayanan Tabungan Haji, BSI KC Sudirman Jember menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang mengedepankan prinsip pelayanan prima (*service excellence*), kepatuhan terhadap prinsip syariah, serta pemanfaatan teknologi digital untuk mempercepat proses administrasi. Seluruh tahapan pelayanan dilakukan oleh petugas *Customer Service* yang telah memperoleh pelatihan mengenai produk haji dan prosedur pendaftaran calon jemaah.

Customer Journey Pembukaan Rekening Tabungan Haji

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, *Customer Journey* pembukaan rekening Tabungan Haji di BSI KC Sudirman Jember terdiri atas enam tahapan utama, yaitu Awareness, Consideration, Account Opening Process, Initial Deposit, SISKOHAT Validation, dan *Post-Service Experience*.

1. Tahap Awareness (Kesadaran Nasabah)

Tahap awal *Customer Journey* dimulai ketika calon nasabah memperoleh informasi mengenai produk Tabungan Haji. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar nasabah mengetahui produk tersebut melalui beberapa sumber, antara lain:

- a. rekomendasi keluarga;
- b. media sosial resmi BSI;
- c. website BSI;
- d. brosur produk;
- e. kegiatan edukasi keuangan syariah;
- f. informasi dari pegawai bank.

Customer Service menjelaskan bahwa masyarakat yang datang umumnya telah memiliki tujuan untuk menabung haji, namun masih membutuhkan informasi mengenai mekanisme pembukaan rekening dan persyaratan memperoleh nomor porsi.

Hasil observasi menunjukkan bahwa area layanan dilengkapi dengan media informasi berupa banner, brosur, dan layar digital yang menjelaskan manfaat Tabungan Haji sehingga membantu calon nasabah memahami produk sebelum berkonsultasi dengan petugas.

2. Tahap Consideration (Pertimbangan Nasabah)

Pada tahap ini calon nasabah mulai membandingkan produk Tabungan Haji dengan alternatif lain berdasarkan beberapa aspek, yaitu:

- a. kemudahan pembukaan rekening;
- b. besarnya setoran awal;
- c. keamanan dana;
- d. kesesuaian prinsip syariah;
- e. reputasi bank;
- f. kemudahan memperoleh nomor porsi haji.

Berdasarkan hasil wawancara, faktor yang paling memengaruhi keputusan nasabah adalah status BSI sebagai Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPS-BPIH) yang terhubung langsung dengan SISKOHAT sehingga proses pendaftaran haji dapat dilakukan dalam satu rangkaian layanan.

Selain itu, sebagian besar informan menyatakan bahwa reputasi BSI sebagai bank syariah nasional meningkatkan rasa percaya dalam menyimpan dana persiapan ibadah haji.

3. Tahap Account Opening Process (Pembukaan Rekening)

Tahap pembukaan rekening merupakan inti dari *Customer Journey*. Berdasarkan hasil observasi, proses pelayanan dilakukan melalui beberapa langkah sebagai berikut.

a. Pengambilan Nomor Antrian

Nasabah mengambil nomor antrean kemudian menunggu giliran dilayani oleh Customer Service.

b. Konsultasi Produk

Petugas menjelaskan:

- 1) jenis Tabungan Haji;
- 2) akad yang digunakan;
- 3) manfaat produk;
- 4) ketentuan setoran;
- 5) persyaratan administrasi;
- 6) prosedur memperoleh nomor porsi.

Penjelasan dilakukan secara rinci sehingga calon nasabah memahami seluruh mekanisme layanan.

c. Verifikasi Dokumen

Dokumen yang diverifikasi meliputi:

- 1) KTP;
- 2) NPWP (apabila diperlukan);
- 3) dokumen pendukung lainnya sesuai ketentuan bank.

Petugas melakukan verifikasi identitas menggunakan sistem perbankan untuk memastikan keabsahan data nasabah.

d. Input Data

Seluruh data calon nasabah dimasukkan ke dalam sistem core banking BSI.

e. Penandatanganan Dokumen

Nasabah menandatangani:

- 1) formulir pembukaan rekening;
- 2) akad Tabungan Haji;
- 3) persetujuan penggunaan layanan.

Selanjutnya rekening berhasil dibuat dan buku tabungan diserahkan kepada nasabah.

Berdasarkan hasil observasi, rata-rata waktu pelayanan pembukaan rekening berkisar antara 20–30 menit, tergantung kelengkapan dokumen dan jumlah antrean.

4. Tahap Initial Deposit (Setoran Awal)

Setelah rekening aktif, nasabah melakukan setoran awal sesuai ketentuan produk.

Customer Service menjelaskan bahwa setoran tersebut menjadi saldo awal Tabungan Haji dan dapat terus ditingkatkan hingga mencapai nominal setoran awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) sesuai ketentuan pemerintah.

Sebagian besar nasabah mengaku tidak mengalami kendala pada tahap ini karena petugas memberikan penjelasan mengenai nominal setoran, cara penyetoran lanjutan, dan fasilitas transaksi melalui layanan digital BSI.

5. Tahap Validasi SISKOHAT

Tahap berikutnya dilakukan ketika saldo Tabungan Haji telah memenuhi ketentuan setoran awal BPIH. Pada tahap ini *Customer Service* melakukan:

- a. verifikasi data calon jemaah;
- b. input data ke sistem SISKOHAT;
- c. validasi setoran awal;
- d. pencetakan bukti validasi.

Setelah proses validasi selesai, calon jemaah memperoleh Nomor Porsi Haji sebagai bukti resmi bahwa pendaftaran haji telah berhasil dilakukan. Berdasarkan hasil wawancara, nasabah merasa proses validasi berjalan relatif cepat karena seluruh prosedur dilakukan di kantor cabang tanpa harus berpindah ke instansi lain.

6. Tahap *Post-Service Experience*

Tahap akhir *Customer Journey* menunjukkan pengalaman nasabah setelah memperoleh layanan.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah menyatakan:

- a. pelayanan *Customer Service* ramah dan komunikatif;
- b. informasi yang diberikan mudah dipahami;
- c. prosedur pembukaan rekening sederhana;
- d. proses administrasi cukup cepat;
- e. pelayanan sesuai prinsip syariah.

Selain itu, nasabah memperoleh edukasi mengenai:

- 1) cara menambah saldo Tabungan Haji;
- 2) penggunaan aplikasi BYOND by BSI;
- 3) monitoring saldo;
- 4) prosedur pelunasan biaya haji.

Pelayanan setelah pembukaan rekening dinilai meningkatkan rasa aman dan kepercayaan nasabah terhadap BSI.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme pembukaan rekening Tabungan Haji di PT Bank Syariah Indonesia KC Sudirman Jember telah menerapkan prinsip *customer-centric service* melalui tahapan *Customer Journey* yang terstruktur. Pengalaman nasabah dibentuk oleh kemudahan memperoleh informasi, kualitas interaksi dengan Customer Service, kecepatan proses administrasi, integrasi layanan dengan SISKOHAT, serta dukungan layanan digital. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pengalaman pelanggan tidak hanya ditentukan oleh produk Tabungan Haji itu sendiri, tetapi juga oleh konsistensi pelayanan pada setiap *touchpoint* yang dilalui nasabah selama proses pembukaan rekening hingga memperoleh nomor porsi haji.

Pembahasan

1. *Customer Journey* dalam Mekanisme Pembukaan Rekening Tabungan Haji di PT Bank Syariah Indonesia KC Sudirman Jember

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme pembukaan rekening Tabungan Haji di PT Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Sudirman Jember telah menerapkan pendekatan *Customer Journey* yang berorientasi pada pengalaman nasabah (*customer experience*). Seluruh tahapan pelayanan, mulai dari pemberian informasi mengenai produk hingga diperolehnya nomor porsi haji melalui Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT), membentuk rangkaian pengalaman yang saling terintegrasi. Setiap titik interaksi (*touchpoint*) antara nasabah dengan petugas bank memiliki peran penting dalam membangun persepsi terhadap kualitas layanan, tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah.

Berdasarkan konsep yang dikemukakan oleh Lemon dan Verhoef (2016), *Customer Journey* mencakup seluruh pengalaman pelanggan pada tahap *pre-purchase*, *purchase*, dan *post-purchase*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga tahapan tersebut telah diimplementasikan dalam mekanisme pembukaan rekening Tabungan Haji di BSI KC Sudirman Jember. Pada tahap *pre-purchase*, calon nasabah memperoleh informasi melalui media digital, media cetak, maupun konsultasi langsung dengan petugas Customer Service. Tahap *purchase* diwujudkan melalui proses pembukaan rekening, verifikasi identitas, penandatanganan akad, dan penyetoran dana awal. Selanjutnya, tahap *post-purchase* terlihat dari pelayanan lanjutan berupa pendampingan validasi SISKOHAT, edukasi penggunaan layanan digital BSI, serta informasi mengenai tahapan penyelenggaraan ibadah haji.

2. Tahap Awareness sebagai Awal Pengalaman Nasabah

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa proses *Customer Journey* dimulai sejak calon nasabah memperoleh informasi mengenai produk Tabungan Haji. Pada tahap ini, strategi komunikasi yang diterapkan oleh BSI melalui media sosial, website resmi, brosur, dan edukasi langsung di kantor cabang mampu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap manfaat Tabungan Haji. Informasi yang lengkap dan mudah dipahami menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi awal calon nasabah terhadap produk yang ditawarkan.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan tahap *awareness* tidak hanya dipengaruhi oleh intensitas promosi, tetapi juga oleh kualitas informasi yang diterima masyarakat. Semakin jelas informasi mengenai akad syariah, mekanisme pembukaan rekening, persyaratan administrasi, dan proses memperoleh nomor porsi haji, maka semakin tinggi pula kepercayaan masyarakat untuk memilih produk Tabungan Haji BSI. Kondisi ini sejalan dengan konsep *Customer Journey* yang menempatkan tahap awal sebagai fondasi terbentuknya pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

3. Tahap Consideration dan Pengambilan Keputusan Nasabah

Pada tahap pertimbangan (*consideration*), calon nasabah melakukan evaluasi terhadap berbagai aspek sebelum memutuskan membuka rekening Tabungan Haji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan adalah kepercayaan terhadap BSI sebagai Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPS-BPIH), kemudahan prosedur, kepastian integrasi dengan SISKOHAT, serta kesesuaian produk dengan prinsip-prinsip syariah.

Dalam perspektif perilaku konsumen, keputusan menggunakan suatu produk jasa dipengaruhi oleh persepsi terhadap manfaat yang akan diperoleh serta tingkat risiko yang dirasakan. Pada layanan Tabungan Haji, aspek keamanan dana, transparansi mekanisme, dan kepastian memperoleh nomor porsi menjadi pertimbangan utama calon nasabah. Oleh karena itu, kemampuan petugas *Customer Service* dalam memberikan penjelasan secara

rinci menjadi faktor yang mampu mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan keyakinan nasabah untuk menggunakan produk tersebut.

4. Mekanisme Pembukaan Rekening sebagai Titik Kontak Utama (*Critical Touchpoint*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pembukaan rekening merupakan *touchpoint* yang paling menentukan pengalaman nasabah. Seluruh tahapan mulai dari pengambilan nomor antrean, konsultasi produk, verifikasi dokumen, penginputan data, penandatanganan akad, hingga aktivasi rekening dilaksanakan sesuai Standar Operasional Prosedur (SOP) yang berlaku di BSI.

Pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service* di PT Bank Syariah Indonesia KC Sudirman Jember dinilai ramah, komunikatif, serta mampu menjelaskan setiap tahapan pembukaan rekening Tabungan Haji secara sistematis. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan telah mencerminkan lima dimensi utama dalam model SERVQUAL, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* (Parasuraman et al., 1988). Dimensi *reliability* tercermin dari ketepatan petugas dalam memproses administrasi dan memastikan keakuratan data nasabah. Dimensi *responsiveness* terlihat dari kesigapan petugas dalam memberikan pelayanan dan merespons pertanyaan maupun kebutuhan nasabah secara cepat. Selanjutnya, dimensi *assurance* diwujudkan melalui kompetensi, profesionalisme, serta kemampuan petugas dalam memberikan penjelasan yang jelas mengenai prosedur pembukaan rekening dan mekanisme pendaftaran haji. Dimensi *empathy* tampak dari perhatian dan pendampingan yang diberikan kepada nasabah selama proses pelayanan, sedangkan dimensi *tangibles* tercermin pada kenyamanan ruang pelayanan, kerapian penampilan petugas, serta tersedianya fasilitas pendukung yang memadai. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Suhartanto et al. (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang didasarkan pada dimensi SERVQUAL berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada perbankan syariah. Selain itu, Othman dan Owen (2001) menegaskan bahwa dalam konteks perbankan syariah, kualitas pelayanan tidak hanya diukur dari aspek fungsional, tetapi juga harus memperhatikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah sehingga mampu meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah.

Dengan demikian, kualitas pelayanan tidak hanya diukur dari keberhasilan pembukaan rekening, tetapi juga dari pengalaman positif yang dirasakan nasabah selama proses berlangsung.

5. Integrasi Digital dan SSKOHAT dalam *Customer Journey*

Salah satu temuan penting penelitian ini adalah peran digitalisasi dalam mendukung efektivitas *Customer Journey*. Pemanfaatan sistem core banking, aplikasi BYOND by BSI, dan integrasi dengan SSKOHAT memberikan kemudahan dalam proses administrasi serta mempercepat validasi data calon jemaah haji. Digitalisasi tersebut mengurangi proses manual, meningkatkan akurasi data, dan mempercepat penyelesaian layanan.

Dalam perspektif transformasi digital perbankan, penerapan teknologi informasi berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi operasional, kualitas layanan, dan pengalaman pelanggan melalui penyediaan layanan yang lebih cepat, mudah diakses, serta terintegrasi (Verhoef et al., 2021). Sejalan dengan konsep *customer journey* yang dikemukakan oleh Lemon dan Verhoef (2016), setiap interaksi digital yang dialami nasabah, mulai dari akses informasi, pembukaan rekening, hingga pemantauan saldo tabungan, merupakan *touchpoint* yang memengaruhi persepsi terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Bagi nasabah Tabungan Haji, kemudahan memperoleh informasi saldo, melakukan transaksi lanjutan, serta memantau perkembangan tabungan melalui aplikasi

BYOND by BSI memberikan nilai tambah yang meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan terhadap layanan bank. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan Suhartanto et al. (2023), yang menyatakan bahwa digitalisasi layanan perbankan syariah berpengaruh positif terhadap kualitas pengalaman nasabah, kepuasan, dan loyalitas. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya menjadi instrumen operasional, tetapi telah berkembang menjadi strategi utama dalam menciptakan customer experience yang unggul dan memperkuat hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah.

6. Customer experience dan Kepuasan Nasabah

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan BSI KC Sudirman Jember. Kepuasan tersebut dipengaruhi oleh keramahan petugas, kejelasan informasi, kecepatan pelayanan, kemudahan prosedur, serta pendampingan selama proses validasi SISKOHAT. Pengalaman positif tersebut memperkuat kepercayaan nasabah terhadap kualitas layanan BSI.

Temuan ini mendukung teori Schmitt (2011) yang menyatakan bahwa *Customer experience* merupakan akumulasi pengalaman pelanggan yang melibatkan aspek emosional, kognitif, dan perilaku selama berinteraksi dengan perusahaan. Dalam konteks penelitian ini, pengalaman positif tidak hanya muncul karena keberhasilan pembukaan rekening, tetapi juga karena adanya rasa aman, nyaman, dan keyakinan bahwa proses yang dijalani telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, kepuasan nasabah merupakan hasil dari pengalaman yang dibangun secara konsisten pada setiap tahapan *Customer Journey*.

7. Kendala dalam Customer Journey

Meskipun mekanisme pelayanan telah berjalan dengan baik, penelitian ini menemukan beberapa kendala yang masih perlu mendapat perhatian. Pertama, masih terdapat calon nasabah yang belum memahami persyaratan administrasi sehingga proses pelayanan menjadi lebih lama. Kedua, sebagian masyarakat belum mengetahui tahapan validasi melalui SISKOHAT sehingga membutuhkan penjelasan tambahan dari petugas. Ketiga, peningkatan jumlah nasabah pada periode tertentu menyebabkan waktu tunggu pelayanan menjadi lebih panjang.

Kendala tersebut menunjukkan bahwa kualitas *Customer Journey* tidak hanya dipengaruhi oleh proses pelayanan di dalam kantor cabang, tetapi juga oleh efektivitas penyampaian informasi sebelum nasabah datang ke bank. Oleh karena itu, peningkatan edukasi melalui media digital, optimalisasi layanan informasi, serta pengembangan sistem reservasi atau antrian daring dapat menjadi alternatif untuk meningkatkan efisiensi pelayanan.

Hasil penelitian memberikan implikasi teoretis dan praktis. Dari sisi teoretis, penelitian ini memperkaya kajian mengenai penerapan konsep *Customer Journey* pada layanan perbankan syariah, khususnya produk Tabungan Haji yang masih relatif jarang diteliti. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Customer Journey* merupakan pendekatan yang efektif untuk mengevaluasi kualitas layanan secara menyeluruh berdasarkan pengalaman nasabah pada setiap titik interaksi.

Dari sisi praktis, hasil penelitian dapat menjadi bahan evaluasi bagi PT Bank Syariah Indonesia KC Sudirman Jember dalam meningkatkan kualitas pelayanan Tabungan Haji. Penguatan edukasi produk, optimalisasi media digital, peningkatan kompetensi Customer Service, serta penyempurnaan integrasi layanan digital dengan SISKOHAT diharapkan mampu menciptakan pengalaman nasabah yang lebih baik. Dengan *Customer Journey* yang semakin efektif, BSI tidak hanya dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah,

tetapi juga memperkuat posisinya sebagai bank syariah pilihan utama dalam layanan perencanaan ibadah haji.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai *Customer Journey* in Hajj Savings: Analisis Mekanisme Pembukaan Rekening Tabungan Haji pada PT Bank Syariah Indonesia KC Sudirman Jember, dapat disimpulkan bahwa mekanisme pembukaan rekening Tabungan Haji telah dilaksanakan sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) serta mengedepankan prinsip pelayanan yang berorientasi pada pengalaman nasabah (*customer-centric service*). *Customer Journey* yang dialami nasabah berlangsung secara sistematis melalui tahapan awareness, consideration, account opening process, initial deposit, SISKOHAT validation, hingga *Post-Service Experience*. Setiap tahapan tersebut membentuk pengalaman nasabah yang saling terintegrasi dan berkontribusi terhadap terbentuknya kepuasan serta kepercayaan terhadap layanan Tabungan Haji di BSI.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Service* merupakan *touchpoint* utama yang menentukan kualitas *Customer Journey*. Kemampuan petugas dalam memberikan informasi yang jelas, pelayanan yang ramah, responsif, dan profesional mampu menciptakan pengalaman positif bagi nasabah selama proses pembukaan rekening. Selain itu, integrasi layanan digital melalui sistem perbankan BSI dan Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) terbukti meningkatkan efisiensi proses administrasi, mempercepat validasi data, serta memberikan kemudahan bagi calon jemaah dalam memperoleh nomor porsi haji.

Meskipun demikian, penelitian juga menemukan beberapa kendala yang masih memerlukan perhatian, antara lain masih adanya calon nasabah yang belum memahami persyaratan administrasi dan mekanisme pembukaan rekening Tabungan Haji, keterbatasan informasi mengenai proses validasi SISKOHAT sebelum datang ke bank, serta meningkatnya waktu tunggu pelayanan pada periode tertentu akibat tingginya jumlah nasabah. Oleh karena itu, peningkatan edukasi kepada masyarakat, optimalisasi media informasi digital, pengembangan layanan reservasi atau antrean daring, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia di bidang pelayanan menjadi langkah strategis untuk menyempurnakan *Customer Journey* pada layanan Tabungan Haji.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan layanan Tabungan Haji tidak hanya ditentukan oleh kesesuaian produk dengan prinsip syariah, tetapi juga oleh kualitas pengalaman nasabah pada setiap titik interaksi (*touchpoint*). Penerapan *Customer Journey* yang efektif mampu meningkatkan kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah, sekaligus memperkuat posisi PT Bank Syariah Indonesia sebagai Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPS-BPIH) yang memberikan layanan profesional, modern, dan sesuai dengan prinsip syariah.

Daftar Pustaka

- Akbar, N. (2019). Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Pada Tabungan Haji Dalam Akad Mudharabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Sudirman, Bogor). *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 3(1), 76–95. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v3i1.4260>
- Azzahra, N., & Hidayat, A. (2024). Customer satisfaction and digital banking service quality in Islamic banking. *International Journal of Islamic Business and Economics*, 8(1), 45–59.
- Ali, M., Rusydi, I., Himmawan, D., & Muslikh, A. S. (2022). Analisis Produk Tabungan Haji & Umroh Ib Dengan Menggunakan Akad Mudharabah Mutlaqoh (Studi Pada BTN Syariah Kcps Indramayu). 1(2).

- Almalki, S. (2016). Integrating Quantitative and Qualitative Data in Mixed Methods Research—Challenges and Benefits. *Journal of Education and Learning*, 5(3), 288. <https://doi.org/10.5539/jel.v5n3p288>
- Amsari, S. (2021). Analisis mekanisme pembiayaan dana talangan haji pada PT. Bank BNI syariah kantor cabang medan. *Ekonomi Islam*, 12(1), 98–117. <https://doi.org/10.22236/jei.v12i1.7005>
- Aveling, E.-L., Gillespie, A., & Cornish, F. (2015). A qualitative method for analysing multivoicedness. *Qualitative Research*, 15(6), 670–687. <https://doi.org/10.1177/1468794114557991>
- Damayanti, E., & Yusri, D. (n.d.). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Cabang Stabat*.
- Evelyn, C. D., & Rohmayanti, S. A. A. (2025). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Wadiah dalam Meningkatkan Minat Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Mojokerto*. 02(03).
- Furidha, B. W. (2024). Comprehension Of The Descriptive Qualitative Research Method: A Critical Assessment Of The Literature. *Journal Of Multidisciplinary Research*, 1–8. <https://doi.org/10.56943/jmr.v2i4.443>
- Fauzi, M., Hasanah, U., & Rahman, A. (2023). Analisis faktor yang memengaruhi minat masyarakat menggunakan Tabungan Haji pada bank syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 13(2), 120–134.
- Halim, F. S., Putra, P., & Pujiastuti, I. (n.d.). *Analisis Penerapan Strategi Segmenting, Targeting Dan Positioning Terhadap Tabungan Haji Pada Bank Tabungan Negara Syariah Kc Bekasi*.
- Irawati, D., & Miftah, D. (2026). Analisis Tata Kelola Dana Tabungan Haji Muda Indonesia Dalam Meningkatkan Minat Nasabah di BSI KCP Situbondo Basuki Rahmat. *Jurnal Akuntansi*, 04.
- Ishtiaq, M. (2019). Book Review Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. *English Language Teaching*, 12(5), 40. <https://doi.org/10.5539/elt.v12n5p40>
- Ismawati, N., & Erwati, M. (n.d.). *Prosedur Administrasi Pembukaan Rekening Tabungan Haji Dan Umroh Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Hayam Wuruk*.
- Khan, M. A., Islam, T., & Ali, M. (2024). Customer experience and customer loyalty in banking services: The mediating role of customer satisfaction. *Journal of Financial Services Marketing*, 29(1), 38–52.
- Kurnia, O. D. Y., & Ni'mah, F. (2026). *Analisis Peran Panin Dubai Syariah Bank Kc Surakarta Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Membuka Tabungan Haji*. 6(1).
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96.
- Nawawi, R., Darmawan, I., Pratama, G., & Robawi, J. (2021). Analisis Administrasi Pembukaan Rekening Baru pada Tabungan Wadiah BNI IB Hasanah di BNI Syariah KCP Plered. *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 2(1), 43–48. <https://doi.org/10.47453/ecobankers.v2i1.325>
- Othman, A., & Owen, L. (2001). Adopting and measuring Customer Service quality (SQ) in Islamic banks: A case study in Kuwait Finance House. *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(1), 1–26.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Priyanti, Y. (n.d.). *Analisis Mekanisme Penghimpunan Dana Tabungan Haji Dengan Akad Wadi'ah Pada BSI KCP Palembang Merdeka*.
- Ramin, Moh., Rusdi Toyyib, N., Hariyanto, H., Tb, A., Mussammil, M., & Fahris, S. (2024). Analisis Kepuasan Anggota Dalam Tabungan Mudharabah Di Kspps Bmt Nu Cabang Robatal Kabupaten Sampang. *Prospeks: Prosiding Pengabdian Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 2(1), 296–305. <https://doi.org/10.32806/pps.v2i1.287>
- Rahmawati, D., & Nugroho, S. (2024). Service quality and customer trust in Islamic Hajj savings products. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 15(2), 201–218.
- Rather, R. A. (2023). Customer experience, engagement and loyalty: A systematic review and future research agenda. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 73, 103364.
- Suhri, M. (2021). *Strategi Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Minat Masyarakat Di Bank Syariah Mandiri Sumbawa Besar*.
- Suhartanto, D., Dean, D., & Ismail, T. A. T. (2023). Digital banking service quality and customer loyalty in Islamic banking. *Journal of Islamic Marketing*, 14(8), 2011–2028.
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). *Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda*. *Journal of Business Research*, 122, 889–901.
- Zaluchu, S. E. (2020). Strategi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Di Dalam Penelitian Agama. *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili dan Pembinaan Warga Jemaat*, 4(1), 28. <https://doi.org/10.46445/ejti.v4i1.167>