

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

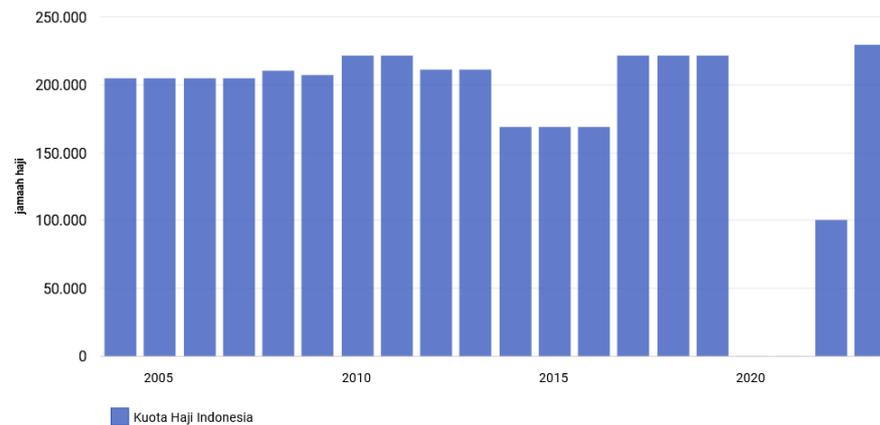
Menunaikan Ibadah Haji merupakan suatu impian besar bagi setiap umat muslim untuk menyempurnakan ibadahnya dalam memenuhi rukun Islam yang ke 5, termasuk di Indonesia yang penduduknya merupakan mayoritas muslim. Dalam pelaksanaan ibadah haji ini membutuhkan berbagai persiapan mulai dari materi, kekuatan mental dan fisik. Dari sisi ekonomi, bahwa ibadah haji berkaitan dengan kemampuan keuangan masyarakat untuk menunaikan kewajibannya. Banyak sekali umat muslim yang sangat menginginkan ibadah haji, akan tetapi ibadah haji ini tidak semua muslim dapat melaksanakannya kecuali bagi yang sudah mampu dalam finansialnya. Maka dari itu, masyarakat dapat menunaikan ibadah haji dengan menggunakan produk Arrum Haji di Pegadaian Syariah.<sup>1</sup>

Ibadah haji merupakan rukun islam ke lima yang wajib dilaksanakan bagi yang mampu secara fisik maupun secara materi. Indonesia menjadi penyumbang jamaah terbanyak dari seluruh dunia dalam pelaksanaan haji di Masjidil Haram. Selama hampir dua dekade terakhir, kuota jamaah haji asal Tanah Air cenderung fluktuatif tiap tahunnya. Pada periode 2004-2007, jumlah kuota haji Indonesia sebanyak 205.000 orang. Kemudian, jumlah kuota haji Indonesia bertambah pada 2008 menjadi 210.000 orang. Lalu,

---

<sup>1</sup> Bahri, S. (2021). Makna Haji Dan Status Sosial Perspektif Masyarakat: Studi Kasus Di Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah (Doctoral Dissertation, Uin Mataram). Hlm. 43

jumlahnya menurun pada 2009 menjadi 207.000 orang. Pada 2010-2011, jumlah kuota haji Indonesia tercatat masing-masing 221.000 orang, diikuti 2012-2013 yang masing-masing 211.000 orang, 2014-2016 masing-masing 168.000 orang, dan 2017-2019 masing-masing 221.000 orang. Adapun pada 2020 dan 2021 tak ada kuota jemaah haji Indonesia dikarenakan pandemi *Covid-19* tengah mewabah. Ibadah haji pasca pandemi *Covid-19* baru dilaksanakan kembali pada tahun lalu. Jumlah kuota haji Indonesia pada 2022 tercatat sebanyak 100.051 orang. Dibandingkan 2023, jumlah kuota tersebut naik sekitar 128,88% dibandingkan tahun lalu. Data selengkapnya dijelaskan pada gambar 1.1:



Sumber : Databoks<sup>2</sup>

**Gambar 1. 1 Data Kuota Haji Indonesia (2005-2023)**

<sup>2</sup> Databoks, Jumlah Jemaah Haji Indonesia 2023 Capai 229 Ribu Orang, Ini Trennya Jelang Dua Dekade Terakhir <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/25/jumlah-jemaah-haji-indonesia-2023-capai-229-ribu-orang-ini-trennya-jelang-dua-dekade-terakhir> Diakses 23 Oktober 2023

Pertumbuhan Lembaga Keuangan Syariah (LKS) di Indonesia dimulai pada tahun 1990an dan mengalami pertumbuhan pesat pada awal tahun 2000an, terbukti dengan terus bertambahnya jumlah Lembaga Keuangan Syariah di bidang perbankan syariah. Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah dalam menjalankan aktivitasnya. Tujuan didirikannya lembaga keuangan syariah adalah untuk membantu dan juga mendekatkan umat Islam dalam berbisnis di bidang ekonomi dan muamalah agar terhindar dari unsur riba. Menurut Dewan Syariah Nasional (DSN), lembaga keuangan syariah adalah sebuah badan atau lembaga yang mengeluarkan produk-produk syariah dan telah mendapatkan izin operasional sebagai lembaga keuangan syariah.<sup>3</sup>

Lembaga keuangan syariah di Indonesia terbagi menjadi lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan non bank. Perbankan dan lembaga keuangan adalah suatu organisasi yang kegiatan utamanya menyediakan jasa perbankan seperti jasa keuangan atau dalam perbankan konvensional disebut dengan jasa kredit. Fungsi bank adalah sebagai organisasi yang menghimpun dan mendistribusikan modal serta menyediakan jasa perbankan lainnya. Sedangkan lembaga keuangan non bank adalah lembaga keuangan yang fungsinya menghimpun dan mentransfer dana yang kemudian digunakan untuk mendukung

---

<sup>3</sup> Susilawati, S. (2020). Analisis Penyelesaian Piutang Bermasalah Sebelum Dan Sesudah Restrukturisasi (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Sukabumi). Hlm.87

pengembangan pasar uang dan juga pasar modal. Salah satu contoh lembaga keuangan non bank adalah pegadaian syariah.<sup>4</sup>

Pegadaian merupakan salah satu lembaga keuangan bukan bank di Indonesia yang mempunyai aktivitas pembiayaan masyarakat, baik yang bersifat produktif maupun yang bersifat konsumtif, dengan menggunakan hukum gadai. Pada prinsipnya transaksi yang digunakan oleh pegadaian sama dengan prinsip pinjaman yang ada pada lembaga perbankan syariah, namun yang membedakan adalah hukum yang digunakan adalah hukum gadai. Produk pegadaian yang dikenal masyarakat umum adalah pinjaman uang dengan sistem gadai yaitu pegadaian barang, jasa taksiran, jasa titipan, kredit konsumsi, kredit produksi, dan *gold counter* galeri.<sup>5</sup>

Kehidupan pegadaian syariah diawali dengan berpedoman pada kemajuan dan keberhasilan lembaga keuangan syariah. Lebih lanjut, hal ini juga didasari oleh kebutuhan masyarakat Indonesia akan pegadaian yang sepenuhnya menerapkan standar syariah. Minat masyarakat untuk memanfaatkan penawaran pegadaian syariah sangat tinggi. Pegadaian syariah tidak menekankan pada penugasan selera terhadap barang yang digadaikan. Sesuai peraturan Dewan Syariah nasional, pegadaian syariah tetap menghasilkan keuntungan meski tanpa bunga, dan dikenakan biaya pemeliharaan atas barang yang digadaikan. Biaya dihitung berdasarkan harga barang, bukan jumlah yang dibiayai. Pegadaian syariah harus

---

<sup>4</sup> Meylianingrum, K. (2020). Pemahaman Mahasiswa Perbankan Syariah Terhadap Job Career Di Lembaga Keuangan Syariah Non Bank. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(02), 178-184.

<sup>5</sup> Yuniwati, N., Lestari, E. D., & Alfiqoh, A. (2021). Pegadaian Syariah: Penerapan Akad Rahn Pada Pegadaian Syariah. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 2(2), 189-199.

menjalankan perannya sebagai lembaga keuangan formal yang bertugas menyalurkan pembiayaan dalam bentuk dana pinjaman kepada masyarakat dan nasabah yang membutuhkan, sesuai dengan pegadaian syariah, dan mendapat feedback yang positif. Aspek terpenting dari komitmen syariah adalah mampu memberikan kemaslahatan yang diharapkan masyarakat dan menjauhi praktik riba, kimar (spekulasi), dan gharar (keburaman) yang berujung pada kezaliman dan ketidakadilan pada masyarakat.<sup>6</sup>

Pegadaian syariah adalah lembaga yang menaungi kegiatan gadai syariah (*rahn*) yaitu menahan salah satu harta dari si peminjam yang diperlakukan sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan dalam pegadaian syariah memiliki nilai ekonomis dan pihak yang menahan akan memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian piutang. Pengoperasionalan pegadaian syariah menggunakan *Fee Based Income* (FBI) atau *mudharabah* (bagi hasil), karena nasabah dalam mempergunakan marhun ini mempunyai tujuan yang berbeda-beda, misalnya untuk konsumsi, membayar uang sekolah, atau tambahan modal kerja, penggunaan metode *mudharabah* belum tepat pemakaiannya. Oleh karenanya, pegadaian menggunakan metode *Fee Based Income* (FBI).<sup>7</sup>

Arrum Haji merupakan salah satu produk pembiayaan syariah yang ditujukan kepada masyarakat yang ingin mendapatkan porsi haji dengan

---

<sup>6</sup> Addiarrahman, A., & Toebe, U. (2023). Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Arrum Haji Di Pt. Pegadaian Syariah Cabang Jelutung Jambi. *Al Fiddhoh: Journal Of Banking, Insurance, And Finance*, 4(1), 1-10.

<sup>7</sup> Mardini, Y., Almubarak, M. A. R., & Noormadaniah, N. (2023). Studi Analisis Terhadap Akad Layanan Arrum Haji Di Pegadaian Syariah Banjarbaru. *Darussalam*, 23(02).

memberikan jaminan berupa emas batang dengan berat 3,5gram. Arrum Haji ini berlandaskan pada Fatwa no. 29/DSN-MUI/VI/2002 tentang pembiayaan pengurusan Haji Lembaga Keuangan Syariah memberikan kesempatan pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam berbagai produknya, termasuk pengurusan haji, baik berupa tabungan haji atau talangan biaya perjalanan ibadah haji (BPIH).<sup>8</sup>

Salah satu produk paling populer yang dijual di pasar Islami adalah arrum haji, yang popularitasnya semakin meningkat seiring dengan ekspansi pasar Islami. Produk haji adalah salah satu bentuk subsidi moneter yang memudahkan nasabah untuk mendapatkan emas yang dibutuhkan untuk persembahan haji (Produk haji menggunakan akad qard dan akad rahn yang datang dengan pembayaran ujah wajib. Hal ini sesuai dengan fatwa yang dirumuskan oleh Majelis Ulama Indonesia dan diterbitkan dalam Dewan Otoritas Syariah Nasional MUI No. 92/DSN-MUI/IV/2014 tentang aturan pembayaran riba yang disertai (*al tamwil al mautluq bi rahn*)<sup>9</sup>

Produk pembiayaan Arrum haji pada pegadaian syariah berjalan sesuai dengan syariat Islam karena diawasi oleh DSN-MUI. Pegadaian

---

<sup>8</sup>Tafsir Kementerian Agama <https://Tafsirq.Com/Fatwa/Dsn-Mui/Pembiayaan-Pengurusan-Haji-Lembaga-Kuangan-Syariah> (Diakses Pada Tanggal 24 Agustus 2023).

<sup>9</sup> Rahma, H. V., & Zuwardi, Z. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pt. Pegadaian Syariah Unit Manggis. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 1(3), 449-458.

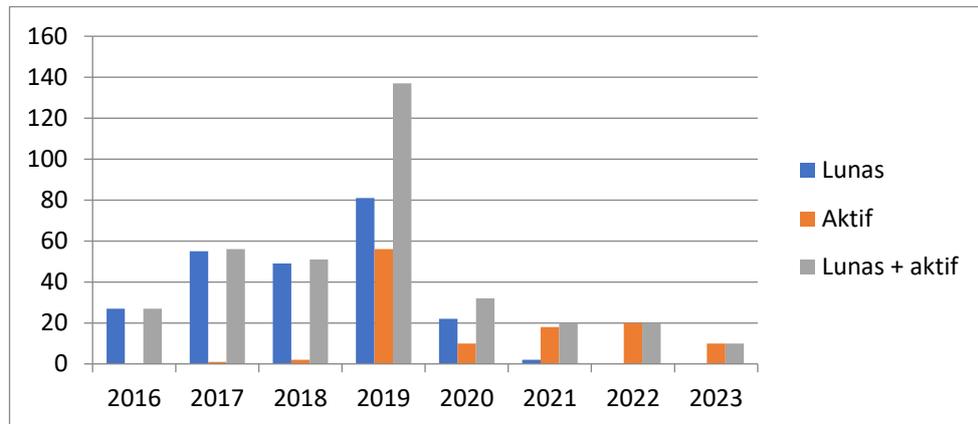
syariah juga memberikan pilihan jangka waktu angsuran yaitu mulai dari 12 bulan, 24 bulan, 36 bulan, 48 bulan dan 60 bulan. Selain itu, untuk sangsuran setiap bulannya memiliki jumlah yang tetap dan nasabah juga dapat melunasi angsuran sebelum selesainya jangka waktu yang telah disepakati diawal.

Dari data Pegadaian Syariah Tasikmalaya memiliki data dengan kategori lunas semenjak tahun 2016 hingga 2023 sebanyak 236 orang, dengan data aktif sebanyak 117 orang dan total dalam pada keseluruhan status aktif dan lunas sebanyak 353 orang.<sup>10</sup> Dari data diatas menunjukkan bahwa masih rendahnya tingkat minat masyarakat disekitar Pegadaian untuk melakukan transaksi pada produk Arrum Haji. Hal ini menjadi konsentrasi penulis dalam membahas tentang minat beli masyarakat pada produk Arrum Haji Pegadaian Tasikmalaya.

Data ini diperoleh dari Pegadaian Tasikmalaya. Sebagaimana ditunjukkan pada gambar 1.2:

---

<sup>10</sup> Hasil Wawancara Dengan Pimpinan Cabang Pegadaian Syariah Padayungan Tasikmalaya, Pada Hari Rabu Tanggal 13-09-2023



Sumber : Data Pegadaian 2023<sup>11</sup>

### Gambar 1. 2 Jumlah Nasabah Arrum Haji Pegadaian Tasikmalaya

Peneliti mengadakan studi pendahuluan dengan menyebarkan kuesioner tentang pengetahuan masyarakat pada produk Arrum Haji. Responden yang digunakan pada studi pendahuluan ini sebanyak 29 orang dari masyarakat di Kota Tasikmalaya.

Hasil studi penelitian dapat dijelaskan pada tabel 1.1 yang dimana terdapat beberapa pertanyaan dalam menganalisis pengaruh dari minat beli produk Arrum Haji :

**Tabel 1. 1 Kuesioner Arrum Haji**

No.	Pertanyaan	Ya (%)	Tidak (%)
1	Apakah anda mengetahui produk Arrum Haji di Pegadaian Syariah Tasikmalaya ?	17,9%	82,1%
2	Apakah anda berminat untuk menggunakan produk Arrum Haji di Pegadaian Syariah Tasikmalaya ?	32,1%	67,9%
3	Apakah anda pernah melihat penawaran produk Arrum Haji Pegadaian Syariah melalui iklan, brosur, spanduk dsb ?	21,4%	78,6%

<sup>11</sup> *Ibid.*,

4	Apakah lokasi menjadi penghambat untuk datang ke Pegadaian Syariah ?	14,3%	85,7%
5	Saya akan menggunakan produk Arrum Haji setelah adanya dorongan dari orang lain	17,9%	82,1%
6	Saya akan menggunakan produk Arrum Haji karena melihat lingkungan sekitar	14,3%	85,7%
7	Apakah pelayanan di Pegadaian Syariah sudah cukup baik ?	89,3%	10,7%
8	Jika pendapatan anda meningkat, apakah anda akan meningkatkan minat beli pada produk Arrum Haji Pegadaian Syariah >	85,7%	14,3%

Sumber data : Kuesioner Arrum Haji, 2023

Dari tabel diatas terdapat 8 pertanyaan yang dilakukan untuk studi pendahuluan dengan jumlah responden sebanyak 28 orang dalam mencari permasalahan yang akan dijadikan variabel dalam pembahasan penelitian ini. Terdapat 3 pertanyaan yang memberikan hasil yang menurut peneliti kurang dan perlu dibahas pada penelitian ini yaitu tentang literasi keuangan, promosi dan pendapatan. Ketiga variabel tersebut akan dihubungkan pada minat beli produk Arrum Haji di Pegadaian Syariah Tasikmalaya. Variabel lainnya yang berupa tentang lokasi, wom, dan pelayanan tidak memberikan dampak terhadap minat beli konsumen pad aproduk Arrum Haji.

Peneliti melakukan studi pendahuluan mengenai beberapa faktor yang akan diibahas pada penelitian ini dengan jumlah responden sebanyak 28 responden. Berdasarkan tabel 1.1 diatas diperoleh data bahwa sebesar 82,1% sampel tidak mengetahui tentang produk Arrum haji Pegadaian dan hanya 17,9% yang mengetahui tentang produk Arrum Haji. Hal ini

menunjukkan bahwa hampir seluruh responden tidak mengetahui tentang produk Arrum Haji Pegadaian.

Pada tabel 1.1 yang membahas tentang promosi pada produk Arrum Haji ditemukan bahwa responden yang menemukan promosi produk Arrum Haji tergolong kecil dengan angka 21,4% dan dengan angka sebesar 78,6% tidak mendapatkan promosi tentang produk Arrum Haji. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya promosi pada produk Arrum Haji yang dilakukan oleh Pegadaian kepada masyarakat.

Studi pendahuluan selanjutnya pada tabel 1.1 membahas tentang pendapatan dari masyarakat yang dimana ditemukan bahwa sebesar 85,7% pendapatan masyarakat ketika mengalami peningkatan akan memiliki ketertarikan untuk melakukan transaksi di pegadaian dengan produk Arrum haji dan sebesar 14,3% yang tidak tertarik untuk melakukan transaksi pada pegadaian dalam membeli produk Arrum Haji.

Minat merupakan suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada suatu objek tertentu seperti pekerjaan, benda dan orang. Minat juga dapat diartikan sebadai rasa suka atau rasa ketertarikan pada suatu hal tanpa ada orang lain yang menyuruh<sup>12</sup>. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat yaitu, informasi, pengetahuan dan pengalaman. Pada penelitian ini mencoba melihat seberapa banyak minat

---

<sup>12</sup> Syardiansah, S., & Safuridar, S. (2021). Pengaruh Fasilitas, Minat Dan Motivasi Terhadap Pengembangan Kompetensi Mahasiswa Di Masa Pandemic Virus Corona-19. *Journal Of Education, Humaniora And Social Sciences (Jehss)*, 3(3), 872-878.

masyarakat pada arrum Haji dengan menambah variabel literasi keuangan, promosi dan pendapatan.

Peneliti mengambil tiga faktor yang mempengaruhi minat yaitu Literasi Keuangan, Promosi dan Pendapatan. Karena faktor tersebut berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi timbulnya minat yang ada dalam diri seseorang yang kemudian menjadi sebuah faktor utama.

Faktor pertama yang mempengaruhi minat yaitu literasi keuangan. Literasi keuangan merupakan komponen modal manusia yang digunakan dalam kegiatan keuangan untuk meningkatkan utilitas yang diharapkan dari suatu konsumsi. Literasi keuangan memiliki hubungan terhadap minat beli suatu produk. Hal ini dikarenakan literasi keuangan adalah sebagai konsumen produk dan jasa keuangan, konsumen harus mengetahui mengenai manfaat dan risiko dari produk, serta hak dan kewajibannya sebagai konsumen sehingga konsumen dapat mengambil keputusan keuangan yang lebih baik, sesuai dengan kebutuhannya. Literasi keuangan memiliki pengaruh positif yang artinya jika persepsi literasi keuangan naik maka persepsi minat membeli produk asuransi dikalangan mahasiswa juga akan naik<sup>13</sup>

Faktor kedua yang mempengaruhi minat yaitu Promosi. Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan

---

<sup>13</sup> Buchori, A., & Nurhayati, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Di Kalangan Mahasiswa. *Ecosains: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembangunan*, 11(2), 80-89.

pertukaran dalam pemasaran. Promosi merupakan rangkaian kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan dan mendorong permintaan terhadap barang dan jasa. Promosi juga memberikan pengaruh terhadap minat beli sebuah produk atau pun jasa. Hal ini dikarenakan didalam sebuah promosi terdapat sebuah informasi dan penawaran yang dapat menarik minat pembelian sebuah produk.<sup>14</sup> Pada penelitian lainnya mengatakan bahwa promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen; diharapkan Tokopedia tidak perlu melakukan promosi dalam skala besar untuk menarik minat beli konsumen karena hal tersebut bukan tujuan utama konsumen dalam melakukan minat beli pada Tokopedia.<sup>15</sup>

Faktor ketiga yang mempengaruhi minat yaitu Pendapatan. Pendapatan setiap individu tidak sama karena profesi yang berbeda-beda. Faktor yang paling mempengaruhi nasabah dalam menggunakan atau membeli suatu produk adalah rata-rata pendapatan nasabah perbulan. Sehingga ketika pendapatannya naik, maka keputusan untuk menggunakan atau membeli produk juga akan meningkat. Penelitian terdahulu juga mengatakan pendapatan memiliki pengaruh terhadap minat seseorang dalam berinvestasi khususnya emas. Ketika masyarakat memiliki pendapatan yang lebih maka akan dialokasikan pada investasi.<sup>16</sup> Penelitian lainnya

---

<sup>14</sup> Suhatman, S., Sari, M. R., Nagara, P., & Nasfi, N. (2020). Pengaruh Atribut Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Kota Pariaman Di Toko Online Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(2), 26-41.

<sup>15</sup> Mulyandi, M. R., & Sani, E. P. (2020). Pengaruh E Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada E *Commerce* Di Indonesia). *Ikraith-Ekonomika*, 3(1), 41-49.

<sup>16</sup> Purnomo, S. D., Cahyo, H., & Mukharomah, S. A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Banyumas. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(2), 343-350.

mengatakan bahwa mengatakan bahwa tingkat pendapatan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat membayar zakat ataupun peningkatan tingkat pendapatan muzakki tidak mempengaruhi minat mereka dalam membayar zakat, khususnya di BAZNAS kota Yogyakarta.<sup>17</sup>

Berdasarkan latar belakang di atas yang telah diuraikan, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian lebih dalam dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi dan Pendapatan terhadap Minat Masyarakat pada Produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Tasikmalaya”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap minat masyarakat pada produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Tasikmalaya?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat masyarakat pada produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Tasikmalaya?
3. Bagaimana pengaruh pendapatan terhadap minat masyarakat pada produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Tasikmalaya?
4. Bagaimana pengaruh literasi keuangan, promosi dan pendapatan terhadap minat masyarakat pada produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Tasikmalaya?

---

<sup>17</sup> Utami, N. S., Muthohar, A. M., & Ridlo, M. (2021). Analisis Tingkat Pendapatan, Kepercayaan Dan Reputasi Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Nanik Setyo Utami<sup>1</sup>, Ahmad Mifdlol Muthohar<sup>2</sup>, Musalim Ridlo<sup>3</sup>.

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka tujuan penelitian yang dapat dicapai oleh peneliti yaitu untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap minat masyarakat pada produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Tasikmalaya.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap minat masyarakat pada produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Tasikmalaya.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh pendapatan terhadap minat masyarakat pada produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Tasikmalaya.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan, promosi dan pendapatan terhadap minat masyarakat pada produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Tasikmalaya.

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan rujukan bacaan ilmiah guna menunjang perkembangan terkait minat penggunaan produk arrum haji serta sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai suatu acuan untuk mengetahui bagaimana penjualan produk Arrum Haji dapat

ditingkatkan dan agar perusahaan dapat menentukan strategi untuk meningkatkan minat beli masyarakat terhadap produk Arrum Haji.

b. Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat menambah informasi yang lengkap untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi masyarakat Kota Tasikmalaya terkait produk arrum haji.