

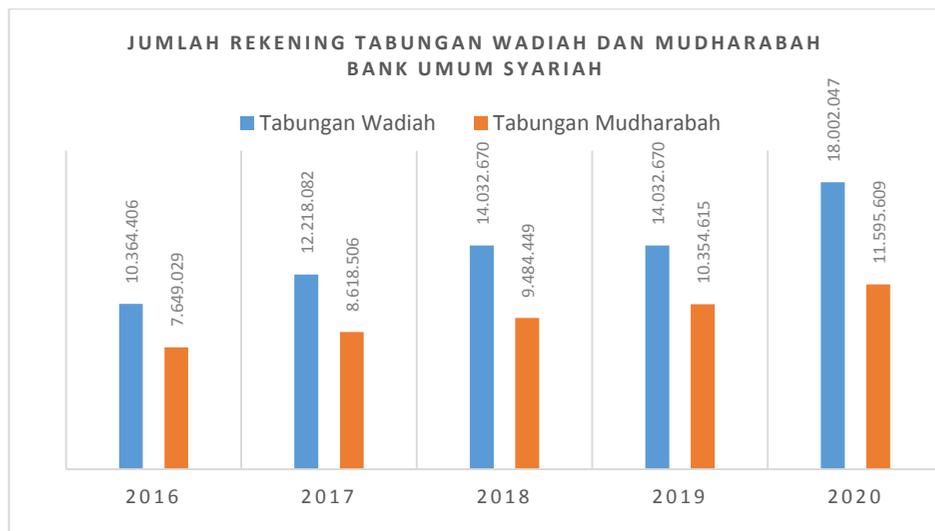
BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Pada tabungan di bank syariah terdapat dua jenis akad tabungan yaitu akad *mudharabah* dan akad *wadiah*. Tabungan dengan prinsip *mudharabah* dan *wadiah* dibenarkan secara syariah dan di atur dalam Fatwa DSN NO: 02/DSN-MUI/IV/2000 dengan mempertimbangkan bahwa dalam peningkatan kesejahteraan dan penyimpanan kekayaan, jasa perbankan diperlukan oleh masyarakat sekarang ini. Tabungan menjadi salah satu produk perbankan di bidang penghimpunan dana dari masyarakat yang penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat tertentu yang telah disepakati (Fatwa Dewan Syariah Nasional : Tentang Tabungan, 2000).

Berdasarkan data jumlah rekening pembiayaan dan dana pihak ketiga bank umum syariah dalam Statistik Perbankan Syariah (Otoritas Jasa Keuangan, 2020), tabungan *wadiah* menduduki jumlah yang lebih tinggi dengan presentase rata-rata kenaikan 1,2% per tahun dibandingkan dengan tabungan *mudharabah* yang presentase rata-rata kenaikannya 1,1% per tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa tabungan *wadiah* lebih diminati oleh nasabah bank syariah.



Gambar 1. Grafik Jumlah Rekening Tabungan *Wadiah* dan *Mudharabah* BUS

Sumber : Statistik Perbankan Syariah, Desember 2020

Ellisa Nur Amelia, 2021

PERSEPSI MAHASISWA ATAS KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN AKAD WADIAH DI BANK SYARIAH

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Ekonomi Syariah (S1)

[www.upnvj.ac.id] – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Sistem pada tabungan akad *wadiah* sangat berbeda dengan sistem yang ada pada tabungan akad *mudharabah*. Perbedaan ini terjadi karena tabungan dengan akad *wadiah* tidak menerapkan skema bagi hasil sebagaimana yang diterapkan dalam tabungan dengan akad *mudharabah*. Dana yang dititipkan menggunakan akad *wadiah* ini hanya berupa titipan murni tanpa adanya penambahan maupun pengurangan nilai di dalamnya. Namun, insentif berbentuk bonus boleh diberikan kepada nasabah tabungan akad *wadiah* sebagai bentuk balas jasa karena sudah menitipkan dananya pada bank tersebut (Antonio, 2007).

Tingginya jumlah nasabah rekening tabungan dengan akad *wadiah* ini tidak terlepas dari minat nasabahnya sendiri untuk menggunakan akad *wadiah* di bank syariah. Timbulnya minat dikarenakan seseorang tertarik kepada suatu hal berdasarkan dengan kebutuhannya atau merasakan bahwa suatu hal tersebut dirasakan bagi dirinya (Benson & Grove, 2000).

Dalam melakukan sesuatu, seseorang dipengaruhi dengan persepsinya mengenai hal tersebut. Persepsi bagai proses dimana seseorang memilih, mengatur dan menafsirkan rangsangan menjadi gambaran yang bermakna dan terpadu (Schiffman, 2008). Meski informasi yang di terima didapat dari sumber yang sama, setiap individu tidak sama dalam menafsirkan suatu informasi (Kotler & Armstrong, 2008).

Persepsi terhadap kualitas pelayanan menjadi penilaian secara menyeluruh dari keunggulan suatu jasa (Fandy, 2000). Keuntungan pada pelayanan yang di dapat oleh seseorang menjadi pertimbangan untuk berminat dalam menggunakan layanan tersebut. Kualitas layanan dilihat dalam 5 dimensi, dalam (Lupiyoadi & Hamdani, 2006) model kualitas layanan terdiri dari bukti fisiknya, keandalannya, daya tangkapnya, jaminannya, dan empatinya yang disebut dengan *servqual*.

Dalam usaha penarikan minat nasabah untuk menabung, promosi menjadi keaktifan yang dilakukan oleh perusahaan yang salah satunya bank syariah dalam memasarkan produk atau jasa yang ditawarkannya. Dalam memperkenalkan jasa yang dimiliki, bank menjadikan kegiatan promosi sebagai sarana untuk memperkenalkan jasanya kepada nasabah sehingga nasabah dapat mengenal secara mendalam mengenai jasa yang ditawarkan bank. Promosi biasanya terdiri dari manfaat, harga, dimana didapatkan, karakteristik dari produk sampai dengan

kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh produk kita dengan tujuan sebagai pembeda terhadap produk yang serupa lainnya (Kasmir, 2008).

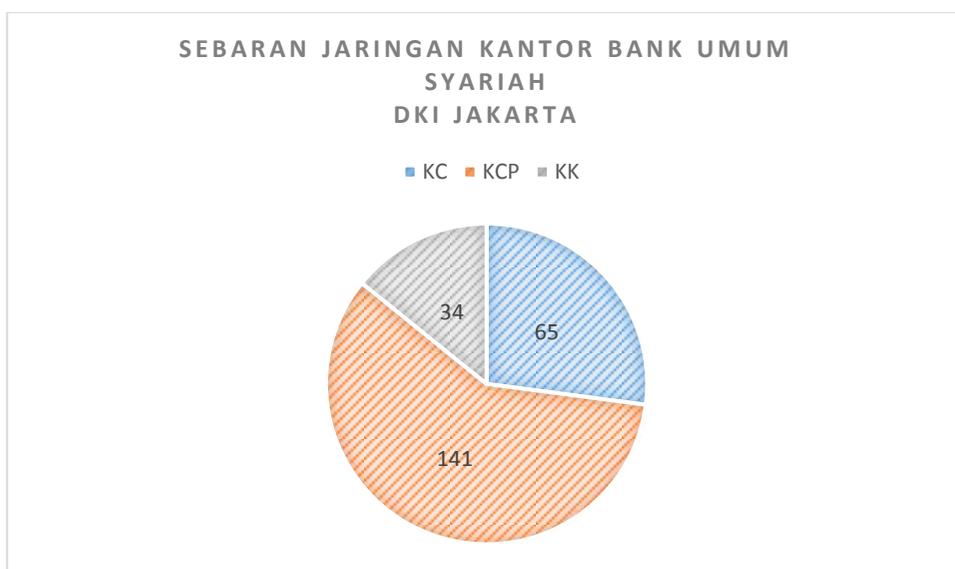
Penelitian ini akan diterapkan pada mahasiswa di DKI Jakarta. Peneliti memilih mahasiswa provinsi DKI Jakarta sebagai sumber dalam penelitian ini karena berdasarkan data jumlah penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin dalam (Badan Pusat Statistik, 2021), kelompok umur paling tinggi ada pada 20-24 tahun dengan total 22.682,4. Sebagaimana dalam dalam (Willis, 2011) menyatakan bahwa mahasiswa berada pada rentang umur 18-25 tahun. Hal tersebut menunjukkan mahasiswa termasuk dalam rentang umur dengan populasi tertinggi di Indonesia dan dikuatkan berdasarkan data jumlah mahasiswa di bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan menurut provinsi tahun 2020 dalam (Badan Pusat Statistik, 2021), jumlah mahasiswa provinsi DKI Jakarta menduduki jumlah 707.707 dengan total penduduk provinsi DKI Jakarta sebesar 10.562.100.

Tabel 1. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-Laki	Perempuan	
0-4	11 293,7	10.778,8	22.072,5
5-9	11 295,3	10.799,0	22.094,4
10-14	11 449,8	10.746,1	22.195,9
15-19	11 495,7	10.816,9	22.312,6
20-24	11.632,2	11.050,1	22,682,4
25-29	11.410,8	10.945,2	22.356,0
30-34	11.109,1	10.795,5	21.904,5
35-39	10.556,7	10.354,3	20.910,9
40-44	10.014,6	9.928,5	19.943,1
45-49	9.025,6	8.996,9	18.022,5
50-54	7.872,4	7.874,0	15.746,4
55-59	6.546,3	6,574,5	13.120,9
60-64	5.091,7	5.117,8	10.209,5
65-69	3.681,5	3.772,6	7.454,0
70-74	2.179,1	2,374,9	4.553,9
75+	2.007,5	2.617,0	4.624,5
Indonesia	136.661,9	133.542,0	270.203,9

Sumber : Statistik Indonesia 2021

Mahasiswa yang berdomisili di daerah DKI Jakarta juga mudah menemukan bank syariah disekitarnya, berdasarkan data Statistik Perbankan Syariah 2020 (Otoritas Jasa Keuangan, 2020), Provinsi DKI Jakarta memiliki 240 Bank Umum Syariah yang terbagi menjadi 65 kantor cabang, 141 kantor cabang pembantu, dan 34 kantor kas. Peneliti akan mengambil 3 bank syariah dengan jaringan kantor terbanyak yaitu Bank Syariah Mandiri, Bank Rakyat Indonesia Syariah, dan Bank Negara Indonesia Syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa provinsi DKI Jakarta dapat menjadi pangsa pasar yang besar di wilayah DKI Jakarta.



Gambar 2. Grafik Sebaran Jaringan Kantor BUS DKI Jakarta

Sumber : Statistik Perbankan Syariah, Desember 2020

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu, diantaranya adalah mengenai variabel kualitas pelayanan. Penelitian dari (Astuti & Mustikawati, 2013), (Cahyani et al., 2013), (Jannah et al., 2019), (Risal & Alexander, 2019), (Sakum, 2020), (Aisya & Riyadi, 2020), (F, 2018), dan (Jamila, 2020) mengemukakan bahwa kualitas pelayanannya berpengaruh signifikan terhadap minat. Selanjutnya dalam penelitian yang dilakukan oleh (Aziz & Hendrastyo, 2019) menyatakan bahwa kualitas layanan tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap minat dimana kualitas pelayanan tidak dapat menjamin minat nasabah untuk menabung.

Penelitian selanjutnya mengenai variabel promosi, dalam (Astuti & Mustikawati, 2013), (Indriarini & Setiyawan, 2017), (Risal & Alexander, 2019), (Aziz & Hendrastyo, 2019), (Sakum, 2020), dan (Jamila, 2020) mengemukakan bahwa promosinya berpengaruh signifikan terhadap minat. Selanjutnya dalam

penelitian yang dilakukan oleh (Aisyah & Riyadi, 2020) menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat dimana masyarakat tidak terlalu peduli dengan promosi.

Dari semua penelitian diatas dominan membahas tentang minat menabung di bank syariah dan belum ada kajian yang membahas secara mendalam tentang minat menggunakan salah satu akad tabungan yang ada di bank syariah yaitu akad *wadiah*. Berdasarkan data Statistik Perbankan Syariah 2020 (Otoritas Jasa Keuangan, 2020), tabungan akad *wadiah* ini rupanya lebih diminati dibandingkan dengan tabungan akad *mudharabah* meskipun tidak memberikan bagi hasil kepada nasabahnya. Oleh karena itu, peneliti ingin melihat dari persepsi mahasiswa sebagai pangsa pasar yang besar mengenai kualitas layanan serta promosi dalam akad *wadiah* terhadap minat mereka dalam menggunakannya sehingga diharapkan dapat menambah minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah melalui melalui penggunaan akad *wadiah*.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakangnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah persepsi mahasiswa atas kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menggunakan akad *wadiah* di bank syariah?
2. Apakah persepsi mahasiswa atas promosi berpengaruh terhadap minat menggunakan akad *wadiah* di bank syariah?
3. Apakah persepsi mahasiswa atas kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap minat menggunakan akad *wadiah* di bank syariah?

I.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalahnya, maka tujuan pada penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui pengaruh persepsi mahasiswa atas kualitas pelayanan terhadap minat menggunakan akad *wadiah* di bank syariah.
2. Mengetahui pengaruh persepsi mahasiswa atas promosi terhadap minat menggunakan akad *wadiah* di bank syariah.

3. Mengetahui persepsi mahasiswa atas kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap minat menggunakan akad *wadiah* di bank syariah.

I.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitiannya, maka penelitian ini diharapkan memiliki beberapa manfaat yang dapat diperoleh yaitu :

a. Aspek Teoritis

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman dan referensi untuk penelitian yang akan datang mengenai persepsi mahasiswa atas kualitas layanan dan promosi terhadap minat menggunakan akad *wadiah* di bank syariah.

b. Aspek Praktis

1. Bagi Praktisi

Dari hasil penelitian ini, peneliti berharap dapat dipakai sebagai informasi bagi para praktisi agar mendapat bahan masukan dalam membentuk persepsi nasabah mengenai akad *wadiah* dalam meningkatkan sasaran promosi produk bank syariah yang tepat. Sehingga dapat memperluas minat menjadi nasabahnya bank syariah.

2. Bagi Akademisi

Dari hasil penelitian ini, peneliti berharap bisa digunakan sebagai referensi tambahan dalam penelitian selanjutnya serta bermanfaat untuk pengetahuan tambahan terutama bagi mahasiswa.