



**PENGARUH PERSEPSI BAGI HASIL, PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT
NASABAH DALAM MENGGUNAKAN TABUNGAN MUDARABA
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

BERLIANA FARAH ANNISA

NPM. 21701083031

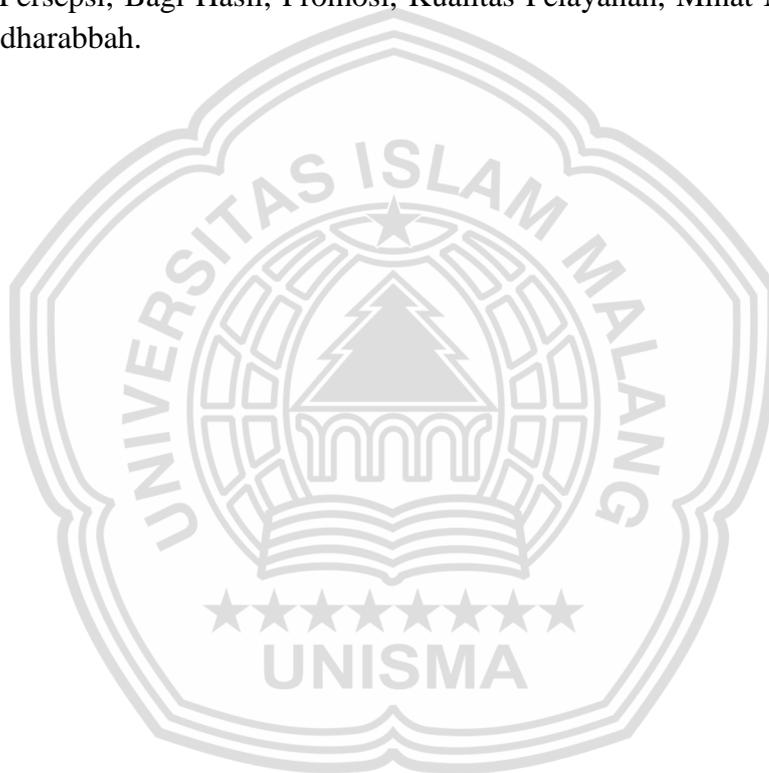


**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
2021**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan tabungan mudharabbah. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan perbankan syariah FEB UNISMA tahun 2017, 2018, dan 2019 yang berjumlah 252 orang. Jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bagi hasil (X1), promosi (X2), dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap minat pelanggan (Y).

Kata Kunci : Persepsi, Bagi Hasil, Promosi, Kualitas Pelayanan, Minat Nasabah, Tabungan Mudharabbah.





ABSTRACT

This study aims to determine the effect of perceptions of profit sharing, promotion, and service quality on customer interest in using mudharabbah savings. The population in this study were students majoring in Islamic banking, FEB UNISMA, 2017, 2018, and 2019 totaling 252 people. The number of samples in this study used purposive sampling. The analytical tool used is multiple linear regression analysis using SPSS 25. The results of this study indicate that the variables for profit sharing (X1), promotion (X2), and service quality (X3) have a significant positive effect simultaneously on customer interest (Y).

Keywords: Perception, Profit Sharing, Promotion, Service Quality, Customer Interest, Mudharabbah Savings.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank sangat mempunyai peran penting dalam kegiatan perekonomian suatu negara khususnya Indonesia, oleh karena itu tolak ukur kemajuan bank di suatu negara ialah dapat diukur dari kemajuan negara itu sendiri. Sedangkan menurut Kasmir (2012:2) Semakin maju suatu negara maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan negara.

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat (UU No. 21 Tahun 2008).

Sedangkan menurut Abdurrachman (2014:6) Bank adalah suatu jenis lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, pengawasan terhadap mata uang, bertindak sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga, membiayai usaha perusahaan-perusahaan.

Maka dalam hal operasional ini bank dibagi menjadi dua bagian yaitu bank konvensional dan juga bank syariah. Dengan hal ini untuk melayani masyarakat membutuhkan bantuan dari perbankan, mengingat bank syariah juga menerima pembukaan rekening guna menghimpun dana dari masyarakat. Produk hingga konsep di perbankan syariah sangat berbeda dengan produk dan konsep yang ada di bank konvensional perbedaan yang sangat terlihat di antara keduanya yakni di perbankan syariah tidak mengenal suku bunga yang telah dijanjikan. Namun yang terdapat yaitu presentase bagi hasil atau nisbah pada tabungan *mudharabah* dan bonus pada tabungan *wadi'ah* Menurut (Wiroso, 2013). Dengan demikian jika nilai nisbah sangat tinggi maka masyarakat akan tertarik untuk menyimpan atau menitipkan dananya di bank syariah dengan harapan akan mendapatkan imbalan atau keuntungan untuk kedua belah pihak baik pihak *shahibul maal* atau pemilik dana, dan juga bank berpihak sebagai *mudharib* atau sebagai pengelola dana.

Keuntungan yang didapat akan dibagi menurut nisbah yang akan disepakati bersama. Jika keuntungan yang di dapat besar maka bagi hasil yang didapat juga besar. Berbeda dengan bank konvensional yang menerapkan sistem bunga dalam pengambilan keuntungannya, sehingga keuntungan yang diperoleh para nasabahnya bersifat tetap, tanpa memperdulikan apakah bank tersebut memperoleh keuntungan besar atau kecil. Berdasarkan pemaparan diatas maka dapat di simpulkan bahwa Nisbah bagi hasil merupakan nisbah di mana para nasabah mendapatkan hak atas laba yang disisihkan kepada deposito mereka karena deposito masing-masing dipergunakan oleh bank dengan menguntungkan.

Jadi pengertian bagi hasil adalah suatu sistem yang digunakan dalam lembaga keuangan syariah dalam menentukan porsi yang didapat masing-masing pihak. Sehingga minat calon nasabah lebih tertarik menggunakan jasa perbankan syariah dibandingkan dengan bank konvensional.

Berbicara tentang minat pengguna jasa perbankan syariah tabungan *mudharabbah* menurut Muhibbin (2011:152) minat berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Dengan keadaan saat ini, di mana tingginya minat masyarakat untuk menitipkan dananya atau menabung di bank dikarenakan tingkat suku bunga yang ada. Semakin tingginya bunga yang ada maka masyarakat akan lebih tergerak untuk menambahkan tabungannya dari pada untuk bermodal usaha atau investasi. Konsep ini sangatlah berbanding terbalik dengan konsep perbankan syariah pada umumnya. Dimana konsep perbankan syariah ialah bagi hasil dari penggunaan dana oleh pihak peminjam dana, peminjaman yang nanti akan disalurkan memberikan bagian untuk pemberi pinjaman yang dimana sebesar nisbah bagi hasil yang telah disepakati diawal transaksi dan untuk nominal yang akan diterima akan disesuaikan dengan keuntungan yang akan diperoleh oleh peminjam, disisi lain esekuensinya dari konsep bagi hasil ini yaitu keuntungan dan kerugian akan di bagi dua jika hasil usaha dari peminjam menunjukkan keuntungan yang tinggi atau besar maka bagi hasil nantinya pun akan tinggi berlaku sebaliknya dimana mengalami kerugian maka pihak peminjam juga akan menanggung kerugian.

Oleh karena itu perlu meningkatkan daya minat calon nasabah pada bank syariah dengan memberikan edukasi serta pemahaman mengenai sistem atau produk dan jasa

yang ada di bank syariah itu sendiri, seperti promosi, dan kualitas pelayanan di bank syariah

Pengertian dari promosi sendiri yaitu sebuah usaha untuk menyalurkan atau menawarkan sebuah produk atau jasa dengan tujuan untuk menarik para calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan begini adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikan angka penjualan produk atau jasa yang dimiliki. Tindakan promosi oleh bank juga bisa mengurangi niat masyarakat bila dilakukan dengan tujuan yang tidak tepat atau berlebihan oleh karena itu bank harus dapat memanfaatkan dengan benar media promosi seperti iklan media cetak atau elektronik, promosi langsung atau mengadakan event atau acara yang tersedia menurut Astuti (2013:235).

Ketika calon nasabah telah memiliki informasi yang telah didapat maka tindakan calon nasabah selanjutnya adalah melakukan kegiatan sebagai nasabah. Dalam hal ini, kualitas pelayanan mendapatkan peran, dimana kualitas pelayanan yang diterima konsumen menjadi penilaian atas pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Kualitas layanan merupakan suatu proses evaluasi menyeluruh pelanggan mengenai kesempurnaan kinerja layanan.

Sedangkan menurut Risal dan Alexander (2019) ada salah satu indikator yang mempengaruhi minat pengguna jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah* yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah tindakan dan kemampuan karyawan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu kepada konsumen, sesama karyawan, maupun pimpinan perusahaan. Sedangkan Menurut Tjiptono (2011:331) pertumbuhan perusahaan jasa harus diikuti dengan kualitas pelayanan. Pada dasarnya kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Adapun penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Islam Malang karena mahasiswa sebagai salah satu komponen masyarakat yang merupakan pangsa pasar yang layak jadi pertimbangan untuk menambah jumlah nasabah. Universitas Islam Malang adalah salah satu perguruan tinggi yang ada di kota Malang yang berlandaskan pada nilai-nilai keislaman. Salah satu contoh yang diterapkan adalah bekerjasama dengan bank-

bank syariah dalam bidang perekonomian yaitu dengan mempercayakan kegiatan ekonominya kepada salah satu bank syariah. Yaitu pembayaran uang kuliah, uang praktikum, pembukaan buku tabungan untuk mahasiswa yang ingin mendapatkan beasiswa.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti akan mengkaji lebih lanjut terkait judul **“PENGARUH PERSEPSI BAGI HASIL, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN TABUNGAN MUDARABAH” (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh persepsi bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat mahasiswa menabung di perbankan syariah?
2. Apakah ada pengaruh persepsi bagi hasil terhadap minat mahasiswa menggunakan tabungan Mudharabah pada Bank syariah?
3. Apakah ada pengaruh promosi terhadap minat mahasiswa menggunakan tabungan Mudharabah pada Bank Syariah?
4. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat mahasiswa menggunakan tabungan Mudharabah pada Bank Syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat mahasiswa menabung di perbankan syariah.
2. Untuk menganalisis pengaruh bagi hasil terhadap minat mahasiswa menggunakan tabungan Mudharabah pada Bank syariah.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap minat mahasiswa menggunakan tabungan Mudharabah pada Bank Syariah.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat mahasiswa menggunakan tabungan Mudharabah pada Bank Syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

a) Bagi Peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya dan digunakan untuk bahan referensi dan sumber informasi pengetahuan penulis dalam pemahaman mengenai pengaruh persepsi bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan perbankan syariah terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan mudharabbah.

b) Bagi Akademis,

penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pengembangan pengetahuan tentang pengaruh persepsi bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan mudharabbah, terutama bagi mahasiswa yang mengambil jurusan perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi masyarakat

Dapat menghasilkan informasi mengenai tabungan mudharabbah di bank syariah dan dapat dijadikan bahan referensi lengkap dan juga terpercaya.

b. Bagi bank syariah

Sebagai bahan masukan bagi bank syariah untuk memperbaiki pengaruh persepsi bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan mudharabbah agar menjadi lebih efisien,

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan perbankan Syariah terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan mudharabah. Responden dalam penelitian ini berjumlah 70 responden yang mahasiswa fakultas ekonomi universitas islam malang jurusan perbankan syariah. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan model regresi linier berganda, maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Persepsi bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi signifikan secara simultan terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan mudharabbah.
2. Bagi Hasil secara parsial berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan mudharabbah.
3. Promosi secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan mudharabah.
4. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan mudharabbah.

5.2 Keterbatasan

1. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Adapun keterbatasan penelitian dengan menggunakan

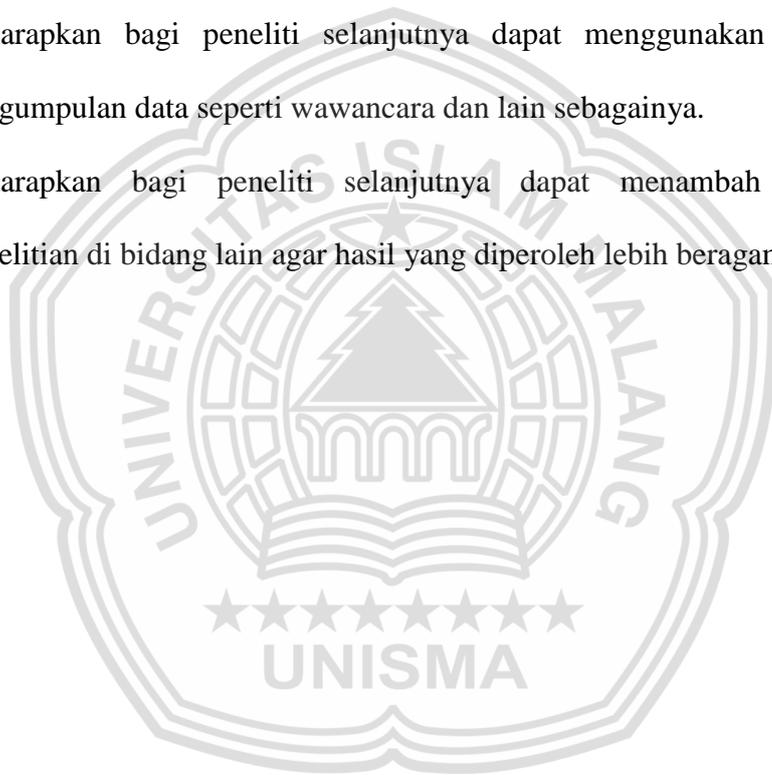
kuesioner yaitu tidak mampu memberikan informasi yang lebih mendalam yang bisa didapatkan dari setiap responden.

2. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas hanya mahasiswa program studi perbankan Syariah.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode pengumpulan data seperti wawancara dan lain sebagainya.
2. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat menambah sampel penelitian di bidang lain agar hasil yang diperoleh lebih beragam.



DAFTAR PUSTAKA

- A. Abdurrachman. 2014. *Ensiklopedia Ekonomi Keuangan Perbankan*. Jakarta: PT. Pradya Paramitya.
- Andiwarman, Karim. 2004. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuanagan*. PT Raja Grafindo persada.Jakarta.
- Adiwarman , A. Karim. (2013). *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raya Grapindo Persada.
- Dwi Putri, Asti (2016). *Pengaruh promosi dan kualitas Pelayanan terhadap keputusan menabung pada produk tabungan BSM*. PT. Bank syariah mandiri kantor cabang simpang patal palembang.
- Fajrianti, (2018). *Pengaruh Brand Image Dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah*.
- Fajar Laksana. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja Gr6afindo Persada
- Lubis, (2019). *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah*.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi(Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mudharabah Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama*. Jurnal Samudra Ekonomika, 3(2), 118–130.
- Rafika, (2020). *Pengaruh Bagi Hasil terhadap minat nasabah menabung di BTN Syariah KCPS ParePare*.
- Risal, T, & Alexander, A. (2019). *Pengaruh Persepsi Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan*.
- Rofiq, Ahmad (2004). *Fiqih Kontekstual dari Normatif ke Pemaknaan Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Cara Mudah Menyusun:STD*. Bandung: Alfabeta

Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat*, Jakarta Selatan 12610.

Suharwati, Atik (2016). *Analisis Pengaruh Bagi Hasil Pelayanan dan Promosi terhadap simpanan deposito mudharabah*.

Tri Astuti. (2013). *Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus BRI Cabang Sleman)*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing

Undang-Undang No.21 Tahun 2008, *Tentang Perbankan Syariah*, Pasal 1 butir 23.

Wiroso. (2013). *Prinsip Dasar Perbankan Syariah*. Jakarta: IAI

Zahro, (2019). *Pengaruh Bagi Hasil Dan Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan Menabung Pada Bank Syariah Di Jepara*.

