

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia selalu melakukan transformasi pada perkembangan digitalisasi, hal ini mencakup kepada penggunaan internet, aplikasi mobile dan teknologi-teknologi yang meningkatkan kemudahan mengakses, dan meningkatkan sektor-sektor layanan publik di Indonesia. Dengan meningkatnya digitalisasi diharapkan bisa memacu pertumbuhan ekonomi agar bisa meningkatkan daya saing Indonesia pada tingkat global dan juga meningkatkan inovasi dan produktivitas masyarakat Indonesia. Berkembangnya internet di dunia yang serba digital menjadikan banyaknya peluang bisnis yang bisa dilakukan secara online seperti marketplace online yang memungkinkan penjual dan pembeli bertemu tanpa adanya batasan geografis yang menyebabkan peluang pasar semakin luas dan meningkatkan pendapatan (Ardianto, 2024).

Digitalisasi sangat membantu para wirausaha yang ada di Indonesia. Berkembangnya sistem digital sangat memberi manfaat kepada banyak orang karena bisa meningkatkan ke efisienan kerja dan memiliki potensi dalam mengurangi pengangguran. Penggunaan teknologi digital bisa membantu para wirausaha meningkatkan daya saing bisnis mereka dan mereka bisa memanfaatkan digital tersebut sebagai media untuk memasarkan ataupun melakukan promosi bisnis nya melalui platform seperti WhatsApp, Instagram, Twitter dan banyak media sosial lain nya. Kemampuan digitalisasi yang mampu menganalisis data pemasaran secara real time sangat membantu perusahaan

dalam memaksimalkan promosi mereka untuk meningkatkan pendapatan perusahaan. Selain itu penggunaan digital juga bisa di kolaborasi kan dengan marketplace yang bisa melakukan payment yang menerapkan Cashless yang memudahkan para customer (Marpaung, 2021).

Dengan adanya kemudahan yang terjadi pada sistem digitalisasi maka muncul beberapa ide-ide bisnis yang dilakukan kebanyakan orang contohnya seperti jasa titip. Jasa titip terbagi atas 2 macam yaitu jasa titip barang ataupun jasa titip pembayaran. Adapun definisi dari jasa titip barang ialah dimana seseorang akan menawarkan bantuan jasa melalui media sosial yang target pasarnya ditujukan kepada orang orang yang memerlukan sesuatu barang, namun tidak dapat pergi ke toko barang itu dijual karena keterbatasan barang atau jarak yang harus ditempuh untuk ke toko tersebut. Setelah mempromosikan, penjual hanya perlu menunggu orderan dari customer. dan Estimasi harga jastip untuk barang biasa nya dikenakan sekitar 5-15% dari harga barang per item.

Adapun pengertian dari Jasa titip pembayaran, yaitu dimana seseorang bertindak sebagai perantara saat ingin melakukan pembayaran atas nama orang lain. Pada jastip ini menggunakan akad wakalah bil ujah yang artinya pemberian kuasa atau akad wakalah dengan imbalan pemberian ujah(*fee*) yang tujuannya adalah membalas kebaikan orang yang sudah membantu mewakili suatu pekerjaan atas jasa. Adapun ayat yang menjelaskan penggunaan jasa titip dimana hal ini menggunakan akad wakalah bil ujah yang terdapat pada Q.S. al-nisa' (4): 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ
 إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

“*Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat*”.

Banyak sahabat Nabi Muhammad Shalallahu ‘alaihi wasallam yang dikenal menjadi pengusaha sukses. Tidak hanya mempunyai keimanan yang kokoh, tetapi juga memiliki kemampuan yang luar biasa dalam berdagang yang menghantarkan mereka meraih keberkahan dunia dan akhirat. Adapun contohnya adalah Urwah Al-Bariqi, sahabat Rasulullah yang menjadi perawi dalam beberapa hadits, beliau juga pernah menjadi pejabat di negeri Kufah pada masa pemerintahan Khalifah Umar bin Khatab, dan dikenal sebagai pedagang yang handal.

adapun hadis dari nabi Riwayat al- bukhari dari ‘urwah yang menjelaskan tentang akad wakalah bil ujah:

عَنْ عُرْوَةَ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَعْطَاهُ دِينَارًا يَشْتَرِي لَهُ بِهِ شَاةً فَأَشْتَرَى لَهُ
 بِهِ شَاتَيْنِ فَبَاعَ إِحْدَاهُمَا بِدِينَارٍ وَجَاءَهُ بِدِينَارٍ وَشَاةٍ فَدَعَا لَهُ بِالْبَرَكَةِ فِي بَيْعِهِ
 وَكَانَ لَوْ اشْتَرَى التُّرَابَ لَرَبِحَ فِيهِ

Dari Urwah al Bariqi Radhiyallahu anhu, bahwasanya Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam memberinya satu dinar uang untuk membeli seekor kambing. Dengan uang satu dinar tersebut, dia membeli dua ekor

kambing dan kemudian menjual kembali seekor kambing seharga satu dinar. Selanjutnya dia datang menemui Nabi Shallallahu 'alaihi wa sallam dengan membawa seekor kambing dan uang satu dinar. (Melihat hal ini) Rasûlullâh Shallallahu 'alaihi wa sallam mendoakan keberkahan pada perniagaan sahabat Urwah, sehingga seandainya ia membeli debu, niscaya ia mendapatkan laba darinya. [HR. Bukhâri, no. 3443]

Dalam hadis di atas menjelaskan tentang sebuah kecakapan seorang wirausaha yang terlihat pada jiwa entrepreneurship Urwah Al-Bariqi, yakni kecakapan dalam bernegosiasi yang bagus. beliau sangat ahli dalam bernegosiasi dan memberikan keyakinan pada customer, semua yang dia jual selalu habis di pasar. Kemampuan beliau berkomunikasi juga menjadi bagian penting dari kunci kesuksesan dalam berwirausaha. Dalam awar menawarnya, beliau tidak asal dan beliau mempunyai kepercayaan diri dalam memberi harga karena ilmu yang yang beliau punya. Selain kecakapan dalam negosiasi, Urwah Al-Bariqi memiliki kemampuan mengingat yang bagus. Ia mampu mengetahui tentang berbagai macam informasi di pasar, apa saja kelebihan produk, dan profil seseorang. Karena kecakapannya dalam mengingat tersebut, ia akhirnya memiliki banyak kenalan dan beliau bisa meningkatkan jaringan dagangnya menjadi lebih luas.

Begitu juga yang terjadi pada penggunaan jasa titip, wirausahawan yang ingin membuka jasa titip harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik kepada pelanggan, sehingga akan tercipta kesan yang baik bagi para pelanggan dan pelanggan akan Kembali menggunakan jasa tersebut.

Adanya perbankan yang memberikan pelayanan dalam bidang ekonomi juga dimanfaatkan oleh banyak perguruan tinggi di Indonesia yakni untuk bekerja sama dalam melakukan pembayaran uang kuliah tunggal mahasiswa.

Salah satu perguruan tinggi yang melakukan Kerjasama adalah UIN antasari Banjarmasin dengan bank Syariah Indonesia. Awal mulanya pihak perbankan memberikan pelayanan jasa tentang pembayaran uang kuliah tunggal melalui teller di bank secara langsung, Namun setiap tahunnya mahasiswa baru juga semakin meningkat yang menyebabkan antrian menjadi tidak terkendali dan memakan banyak waktu sehingga memerlukan tenaga kerja lebih untuk menginput setiap data mahasiswa yang ingin melakukan pembayaran. Adanya permasalahan tersebut, perbankan membuat solusi dengan melakukan pembuatan aplikasi mobile untuk mengurangi masalah antrian yang terjadi dan agar bisa meminimalisir waktu. Terjadinya covid di Indonesia pada tahun 2019 menjadikan Penggunaan aplikasi mobile di terapkan secara penuh sehingga pihak bank tidak menerima pembayaran uang kuliah tunggal melalui teller lagi. Para nasabah akan diarahkan untuk membuka rekening sendiri melalui aplikasi mobile yang telah disediakan. Dengan adanya hal tersebut membawa dampak terhadap nasabah yang uang kuliah tunggal nya dibayarkan oleh orang tua mereka, banyak nasabah mengaku tidak mengerti cara melakukan pembayaran melalui mobile banking dan mereka merasa takut kalau uang akan hilang dan tidak terbayar dengan benar. Munculnya permasalahan seperti ini menjadikan sebuah peluang bagi orang orang yang lebih paham tentang penggunaan aplikasi mobile dengan cara membuka usaha jasa titip dan menawarkan jasa mereka kepada orang yang memerlukan.

Adapun mekanisme dalam penggunaan jasa titip pembayaran Orang yang ingin melakukan jasa titip pembayaran akan memberikan informasi tentang

jumlah tagihan pembayarannya, no rekening, tujuan ataupun instruksi khusus lainnya tergantung jenis pembayaran apa yang ingin dilakukan. Setelah mendapatkan instruksi, pihak yang membuka jasa titip akan melakukan pembayaran menggunakan nama dan dana si pengguna jasa dengan melalui metode yang sudah disepakati. Setelah pembayaran selesai imbalan untuk jasa titip ini berupa biaya tambahan atau komisi atas layanan jasa yang sudah diberikan. adapun contoh dari jasa titip pembayaran seperti: pembayaran luar negeri, transfer antar bank, bahkan sampai pembayaran uang kuliah tunggal (UKT) mahasiswa. Hal ini ada sebab beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan jasa titip pembiayaan ini contohnya seperti keterbatasan akses ke layanan perbankan, kesibukan, keinginan yang selalu ingin mudah atau instan, kurangnya kepercayaan mengenai transaksi online, atau bahkan faktor ekonomi.

Munculnya kemudahan yang ditawarkan penyedia layanan jasa titip menjadikan menjadikan konsumen merubah cara hidup mereka yang awalnya jika ingin membeli atau menggunakan jasa harus melakukan tatap muka agar terjadi suatu transaksi, namun sekarang keterbatasan waktu, jarak, dan biaya dapat terpecahkan dengan mudah. Konsumen hanya perlu mengakses atau mencari layanan jasa titip yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi (trusted). Hal ini dapat diyakinkan dengan adanya rating pada e-commerce tersebut, hingga dengan adanya rekomendasi dan pengalaman dari orang-orang sekitar yang pernah menggunakan layanan jasa tersebut (Azzahra, 2023).

Layanan Jasa titip menjadi populer di kalangan mahasiswa khususnya pada universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin dimana jasa titip ini

memberikan layanan untuk membayarkan uang kuliah tunggal (ukt) atas nama orang lain. Kemunculan jasa titip pada perguruan tinggi seperti UIN antasari Banjarmasin biasanya terjadi pada waktu sekitar 6 bulan sekali, yakni setiap 1 semester sekali. Pada penggunaan jasa titip uang kuliah tunggal, tidak bisa dilepaskan dari beberapa faktor yang mempengaruhi mahasiswa menggunakan layanan ini. Beberapa faktor utama yang mempengaruhi mahasiswa menggunakan layanan jasa titip ini adalah kepercayaan, dimana kepercayaan merupakan kunci dalam melakukan transaksi yang melibatkan pihak ketiga dimana konteks pembayaran yang berkaitan dengan Pendidikan merupakan hal yang harus diperhatikan dengan sungguh-sungguh untuk meminimalisir resiko.

Banyak nya kendala yang terjadi pada saat ingin melakukan pembayaran uang kuliah tunggal seperti tidak bisanya melakukan pembayaran uang kuliah tunggal langsung ke teller, antrian yang begitu Panjang sehingga memakan waktu berjam jam, hingga akses bank atau layanan pembayaran yang terbatas. maka muncul kesempatan yang dimanfaatkan oleh orang penyedia usaha jasa titip, yang terkadang juga membawa dampak yang kurang baik seperti adanya para penyedia usaha jasa titip yang tidak amanah. Tidak hanya itu, para pelaku jasa titip kebanyakan menggunakan media sosial untuk mempromosikan jasa nya dimana hal ini juga menjadi masalah karena situs atau akun yang digunakan belum tentu resmi. Akibatnya mahasiswa(i) yang kurang memiliki informasi bisa saja mengalami kerugian seperti uang kuliah terlambat dibayar hingga uang dibawa kabur dan uang kuliah tidak terbayar. Hal seperti ini pastinya sangat

merugikan pihak konsumen karena menggunakan layanan yang tidak terpercaya (Huwaida & Budi Setianingrum, 2024).

Adanya permasalahan tentang resi atau struk pembayaran yang tidak keluar dari pihak pemberi layanan jasa titip membuat tingkat kepercayaan nasabah menjadi goyah dan hal ini bisa mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa ini lagi atau tidak, karena pelanggan akan merasa penjual tidak profesional atau tidak dapat diandalkan. Karena apabila uang sudah tertarik tetapi uang kuliah belum terbayar dan resi atau struk tidak ada di khawatirkan akan kesulitan untuk melakukan pengaduan atau pengajuan di bank tempat membayarkan uang kuliah tersebut. Adanya permasalahan seperti ini maka pihak penyedia jasa titip akan menawarkan jasa nya dengan memberikan keyakinan bahwa Tindakan seperti itu tidak akan dialami dan apabila terjadi uang akan di talang dengan uang pribadi milik penyedia jasa menjadi pertimbangan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan jasa nya.

Dengan adanya pengalaman pada setiap penggunaan jasa yang membuat customer merasa puas atau bahkan kecewa, membuat banyak review yang beragam, Mereka akan merekomendasikan ke seseorang yang dekat dengan mereka dimana pengalaman seperti ini bisa mempengaruhi keputusan mahasiswa menggunakan jasa titip. Para mahasiswa biasanya mendapatkan beberapa rekomendasi dari keluarga, ataupun teman sesama mahasiswa yang sudah pernah lebih dulu menggunakan layanan tersebut untuk meyakinkan seseorang mengikuti jejak mereka. Hal seperti ini didukung oleh sifat alami yang ada pada manusia dimana mereka akan mencari validasi dari lingkungan

sekitarnya sebelum membuat keputusan, terutama yang berkaitan dengan hal yang memiliki resiko finansial.

Dengan terjadinya permasalahan di atas para pelaku usaha jasa titip harus selalu memiliki ide ide yang kreatif dan memiliki strategi yang tepat untuk menjalankan dan mempertahankan bisnisnya dan memperoleh keuntungan akibat banyaknya persaingan antar usaha yang mengharuskan para pelaku lebih peka terhadap segala perubahan dan masalah yang terjadi (Mehue, 2024).

Supaya usaha terus berkembang dan mendapatkan laba maka penyedia usaha harus mempunyai kemampuan dalam pemasaran yang bagus dan sesuai, karena para konsumen akan semakin selektif dalam membeli ataupun menggunakan barang atau jasa. Dalam hal ini penyedia jasa harus menawarkan barang atau jasa yang cocok dengan kebutuhan konsumennya sehingga akan meninggalkan kesan yang baik bagi para konsumen yang kemudian hal itu akan meningkatkan image usaha yang sedang dikerjakan (Fadilla, 2024).

Dari permasalahan diatas penelitian ini diharapkan dapat menganalisis secara komprehensif pengaruh ketiga faktor terhadap keputusan mahasiswa dengan memahami hubungan antara kepercayaan, rekomendasi, dan pengalaman yang mempengaruhi keputusan mahasiswa UIN antasari Banjarmasin dalam menggunakan jasa titip untuk melakukan pembayaran uang kuliah tunggal (UKT) diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang dinamika penggunaan jasa titip dan mengambil Langkah Langkah untuk meningkatkan efisiensi serta keamanan bagi mahasiswa. Penelitian ini diharapkan juga dapat meluwaskan pengetahuan peneliti dan dapat memberikan

kontribusi akademis dalam studi perilaku konsumen dalam konteks penggunaan jasa titip uang kuliah tunggal di kalangan mahasiswa.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan judul yang akan diteliti, maka dirumuskan permasalahan yang akan diteliti yakni:

1. Bagaimana pengaruh tingkat kepercayaan, rekomendasi, dan pengalaman secara simultan terhadap keputusan mahasiswa UIN antasari banjarmasin menggunakan jasa titip untuk pembayaran uang kuliah tunggal ?
2. Bagaimana pengaruh tingkat kepercayaan, rekomendasi, dan pengalaman secara parsial terhadap keputusan mahasiswa UIN antasari banjarmasin menggunakan jasa titip untuk pembayaran uang kuliah tunggal ?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang tertera diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. untuk mengetahui tingkat kepercayaan, rekomendasi, dan pengalaman secara simultan terhadap keputusan mahasiswa UIN antasari banjarmasin menggunakan jasa titip untuk pembayaran uang kuliah tunggal
2. untuk mengetahui tingkat kepercayaan, rekomendasi, dan pengalaman secara parsial terhadap keputusan mahasiswa UIN antasari banjarmasin menggunakan jasa titip untuk pembayaran uang kuliah tunggal

D. Definisi operasional

Jasa titip merupakan layanan dimana seorang pihak menawarkan bantuan untuk membantu orang lain membeli atau membayar suatu barang atau suatu

layanan yang cukup rumit untuk diakses, pembeli akan memberikan tip atau upah untuk jasa yang digunakan.

Adapun dengan pengertian uang kuliah tunggal adalah system pembayaran biaya yang dikeluarkan untuk pendidikan di perguruan tinggi negeri di Indonesia, yang dimana mahasiswa membayar suatu jumlah setiap semester yang mencakup biaya operasional pendidikan pendidikan.

1. Kepercayaan (X1)

Kepercayaan merupakan keyakinan individu terhadap pihak penyedia jasa titip bahwa mereka mampu, jujur, dan dapat diandalkan dalam menjalankan tugasnya. Kepercayaan diukur menggunakan indikator yang dikembangkan oleh Kotler dan Keller (2012), yakni:

Benevolence (ketulusan): perhatian dan kepedulian terhadap pengguna jasa.

Ability (kemampuan): kompetensi dan keahlian dalam memberikan pelayanan.

Integrity (integritas): kejujuran serta konsistensi dalam memenuhi kesepakatan.

Willingness to depend: kesiapan pengguna jasa untuk mempercayakan proses kepada penyedia jasa.

2. Rekomendasi (X2)

Rekomendasi adalah saran atau dukungan yang diberikan oleh individu lain terhadap suatu layanan berdasarkan pengalaman yang telah dialami. Variabel ini mengacu pada teori Word of Mouth oleh Silverman (1970) dengan dua indikator utama:

Volume: seberapa sering jasa tersebut direkomendasikan.

Dispersion: seberapa luas rekomendasi tersebar dalam lingkungan sosial pengguna jasa.

3. Pengalaman (X3)

Pengalaman merupakan penilaian subjektif mahasiswa atas interaksi yang mereka alami saat menggunakan jasa titip pembayaran UKT. Pengalaman diukur berdasarkan indikator dari Johnson (2007) dan Zare & Mahmoudi (2020), yaitu:

Perceived ease of use: tingkat kemudahan dalam menggunakan jasa.

Customer review: ulasan atau tanggapan dari pengguna jasa sebelumnya.

Customization: kemampuan jasa untuk disesuaikan dengan kebutuhan pengguna.

Security: jaminan keamanan transaksi dan data pengguna.

Fulfillment reliability: ketepatan layanan sesuai dengan yang dijanjikan.

Customer service: kualitas pelayanan terhadap konsumen.

Store offering: variasi dan kelengkapan layanan yang tersedia.

4. Keputusan Mahasiswa (Y)

Keputusan mahasiswa adalah proses pertimbangan yang dilakukan oleh individu untuk menentukan apakah akan menggunakan jasa titip UKT. Keputusan ini mencakup seluruh proses kognitif yang mengarah pada perilaku penggunaan layanan, sesuai dengan tahapan keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2016), yaitu:

a. Pengenalan kebutuhan

b. Pencarian informasi

c. Evaluasi alternatif

d. Keputusan pembelian

e. Evaluasi pasca pembelian

Kajian Teori

Penelitian ini didasari oleh beberapa teori utama yang menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, yaitu:

1. Teori Kepercayaan (Trust Theory)

Menurut Kotler dan Keller (2012), kepercayaan merupakan kesiapan individu untuk bergantung pada mitra bisnis dalam kondisi risiko. Kepercayaan dibentuk melalui penilaian terhadap integritas, kompetensi, dan niat baik penyedia jasa. Dalam konteks jasa titip, kepercayaan menjadi fondasi dalam terciptanya keputusan penggunaan jasa.

2. Teori Word of Mouth (WOM)

George Silverman (1970) mengemukakan bahwa WOM adalah bentuk komunikasi antar konsumen yang bersifat personal dan tidak langsung, namun sangat berpengaruh. Rekomendasi dari orang-orang terdekat dianggap lebih meyakinkan dibanding promosi formal. Dalam penelitian ini, WOM diukur melalui intensitas dan sebaran rekomendasi.

3. Teori Pengalaman Pelanggan (Customer Experience Theory)

Johnson (2007) menjelaskan bahwa pengalaman adalah hasil dari interaksi emosional dan rasional antara konsumen dan penyedia jasa. Zare & Mahmoudi (2020) menambahkan bahwa pengalaman yang baik dapat meningkatkan minat dan loyalitas terhadap layanan. Faktor-faktor seperti kemudahan, keamanan, dan pelayanan menjadi indikator utama.

4. Teori Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian

Kotler dan Keller (2016) menyebutkan bahwa keputusan konsumen merupakan hasil dari serangkaian tahapan psikologis dan sosial yang kompleks. Proses tersebut meliputi identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi pilihan, hingga pengambilan keputusan dan evaluasi pasca pembelian.

5. Teori Akad Wakalah Bil Ujah dalam Ekonomi Islam

Akad wakalah bil ujah adalah akad pemberian kuasa kepada seseorang untuk mewakili pihak lain dengan imbalan jasa (fee). Landasan akad ini terdapat dalam QS. An-Nisa: 58 dan hadis riwayat Al-Bukhari mengenai sahabat Urwah al-Bariqi. Dalam konteks penelitian, akad ini menjadi dasar hukum Islam dalam legalitas praktik jasa titip pembayaran, khususnya UKT.

E. Signifikansi Penelitian

Signifikansi penelitian ini secara teoritis diharapkan memberikan kontribusi dalam pemahaman tentang perilaku konsumen dan dinamika pasar terkait penggunaan jasa titip. Penelitian ini juga diharapkan bisa membuka pemahaman pembaca tentang strategi pemasaran word of mouth untuk mempengaruhi keputusan konsumen. Dalam hal praktis, Penelitian ini juga diharapkan memberikan perbaikan terhadap system pembayaran yang ada pada Lembaga keuangan Syariah agar lebih sesuai dengan kebutuhan mahasiswa(i) Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin sehingga dapat mengurangi ketergantungan pada pihak ke tiga untuk melakukan pembayaran uang kuliah tunggal (UKT).