

**PENGARUH PRODUK, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP
MINAT UMKM MENGAJUKAN PEMBIAYAAN
PADA BANK SYARIAH
(Studi Kasus pada UMKM di Padang Sappa)**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

TUANDA
17 0402 0158

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
ISTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
2022**

**PENGARUH PRODUK, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP
MINAT UMKM MENGAJUKAN PEMBIAYAAN
PADA BANK SYARIAH
(Studi Kasus pada UMKM di Padang Sappa)**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

TUANDA
17 0402 0158

Pembimbing:

Muzayyanah Jabani, ST., M.M.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
ISTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
2022**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tuanda
NIM : 17 0402 0158
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/ karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang di tunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 03 Maret 2022
Yang membuat pernyataan



Tuanda
NIM 17 0402 0158

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Produk, Promosi dan Lokasi terhadap Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan pada Bank Syariah (Studi Kasus pada UMKM di Padang Sappa) yang ditulis oleh Tuanda Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0402 0158 mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis, tanggal 24 November 2022 Miladiyah bertepatan dengan 29 Rabi'ul Akhir 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

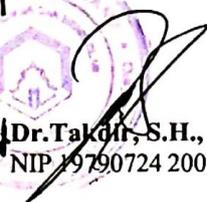
Palopo, 19 Desember 2022

TIM PENGUJI

- | | | |
|---|-------------------|---|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., MA.Ek | Penguji I | () |
| 4. Ishak, S.El., M.El. | Penguji II | () |
| 5. Muzayyanah Jabani S.T., M.M | Pembimbing I | () |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Takdir, S.H., M.H
NIP. 19790724 200312 1 002

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah

Herlana Safri, S.E., M.M
NIP. 19861020 201503 1 001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَاصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ.
(أَمَّا بَعْدُ)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan Judul **“Pengaruh Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan pada Bank Syariah (Studi Kasus pada UMKM di Padang Sappa)”** setelah melalui proses panjang.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang perbankan syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan.

Terkhusus kepada kedua orang tuaku tercinta Bapak Biding dan Ibu Kasma yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya, serta saudaraku Muhammad Fadil yang selama ini memberikan

semangat dan mendoakanku. Mudah-mudahan Allah swt. mengumpulkan kita semua dalam Surga-Nya kelak.

Dan taklupa pula penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag., Rektor IAIN Palopo, Dr. Muammar Arafat, SH., M. H., Wakil Rektor I, Dr. Ahmad Syarif Iskandar, M.M., Wakil Rektor II, dan Dr. Muhaemin, M.A., Wakil Rektor III yang telah memberikan pelajaran pembinaan, kepada penulis dalam menyusun dan menimba ilmu pengetahuan.
2. Dr. Takdir, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Kelembagaan, Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A., Wakil Dekan II Bidang Administrasi dan Keuangan, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., C.A, Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan, Ilham, S.Ag., M.HI.
3. Hendra Safri, SE., MM selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah dan para dosen, asisten dosen prodi Perbankan Syariah yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Perbankan Syariah.
4. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo, H. Madehang, S. Ag., M.Pd., beserta staf yang telah menyediakan buku-buku/literatur untuk keperluan studi kepustakaan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Tadjuddin S.E., M.Si., Ak., CA. Selaku Dosen Penasehat Akademik.

6. Muzayyanah Jabani, ST., M.M. selaku pembimbing utama yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., MA.EK. selaku penguji I yang telah memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Ishak, S.E.I., M.E.I. selaku penguji II yang telah memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada semua keluarga terkhusus sepupuh saya: Asriani, Iin Anggreani, Erni Yanti yang selalu memberikan doa, semangat serta motivasi dalam penyusunan skripsi hingga saat ini.
10. Kepada kawan dekat saya: Nurhayati, Hasrida, Elvira Rahma, yang telah banyak membantu dan memberikan semangat selama penulis menuntut ilmu di IAIN Palopo mulai Tahun 2017 hingga saat ini.
11. Kepada teman dekat saya: Nuraida, Rahma Yuni Syahri, Mutmainnah Azzahra, Novitasari S. yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi.
12. Kepada sahabat saya: Nurul Saida Alfi Syahri, Risvani Asyuni yang telah memberikan semangat serta motivasi dalam penyusunan skripsi hingga saat ini.
13. Kepada semua teman-teman seperjuangan terkhusus Perbankan Syariah E angkatan 2017, yang telah membantu dan kebersamai selama penulis menuntut ilmu di IAIN Palopo mulai tahun 2017 sampai sekarang.

14. Kepada teman kost saya: Cindra, Firda Yanti, Hapipah, Nisah, Kak Ummul, Yuyun yang telah membantu dan memberikan semangat serta motivasi kepada penulis.
15. Kepada Kepala Kantor Kelurahan Padang Sappa yang telah memberikan izin penulis untuk meneliti.
16. Kepada para Staf Kantor Kelurahan Padang Sappa yang telah membantu dan meluangkan waktunya.
17. Kepada masyarakat Kelurahan Padang Sappa yang telah membantu dan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.

Atas segala bantuan, motivasi, ilmu dan arahan yang diberikan mudah-mudahan dapat menjadi amalan yang baik serta diberikan balasan Rahmat dan Hidayah oleh Allah SWT.

Palopo, 03 Maret 2022

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	b	be
ت	Ta	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍaḍ	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ž	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	g	ge

ف	Fa	f	Ef
ق	Qaf	q	qi
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	hamzah	,	apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika hamzah (ء) terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	<i>fathah</i>	A	a
ِ	<i>Kasrah</i>	I	i
ُ	<i>dammah</i>	U	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
آي	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
أو	<i>fathah dan wau</i>	Iu	a dan u

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauला*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آ... ا... ي	<i>fathah dan alif atau ya</i>	ā	a dan garis di atas
إ... ي	<i>kasrah dan ya</i>	ī	i dan garis di atas
أ... و	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مات : *māta*

رمي : *ramā*

قيل : *qīla*

يموت : *yamūtu*

4. Ta Marbūḥah

Transliterasi untuk *ta marbūḥah* ada dua, yaitu: *ta marbūḥah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t].

Sedangkan ta *marbūṭah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan ta *marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta *marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَضِيلَةُ	: <i>al-madīnah al-fāḍilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-ḥikmah</i>

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbānā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَجُّ	: <i>al-ḥajj</i>
نَعَمْ	: <i>nu''ima</i>
عَدُوٌّ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf ى ber- *tasydīd* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf berharakat kasrah (-), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (ī).

Contoh:

عَلِيٌّ	: <i>'Alī</i> (bukan <i>'Alīyy</i> atau <i>'Aly</i>)
عَرَبِيٌّ	: <i>'Arabī</i> (bukan <i>'Arabiyy</i> atau <i>'Araby</i>)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسِ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةِ	: <i>al-zalzalāh</i> (bukan <i>az-zalzalāh</i>)
الفلسفة	: <i>al-falsafah</i>
البلاد	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْءُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata Alquran (dari *al-Qur'ān*), sunnah, hadis, khusus dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī
Risālah fī Ri'āyah al-Maṣlahah

9. Lafz al-Jalālah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dīnullāh* بِاللَّهِ *billāh*

Adapun *ta marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz aljalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fī raḥmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd, Nasr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= <i>subhanahu wa ta'ala</i>
saw.	= <i>sallallahu 'alaihi wasallam</i> as = <i>'alaihi al-salam</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= Wafat tahun
QS.../...: 4	= QS Al-Baqarah/2: 275, 278
HR	= Hadis Riwayat
UMKM	= Usaha Mikro Kecil dan Menengah
UU	= Undang-undang
SDM	= Sumber Daya Manusia
LDR	= Loan to Deposit Ratio
VIF	= Variance Inflation Factor
SPSS	= Statistical Package For Sosial Science

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PRKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	ix
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR AYAT	xix
DAFTAR HADIS	xx
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
ABSTRAK	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	8
B. Landasan Teori	13
C. Kerangka Pikir.....	37
D. Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian	40
B. Lokasi dan waktu Penelitian.....	40
C. Definisi Operasional Variabel	41
D. Populasi dan Sampel.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Intrumen Penelitian	46
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	46
H. Teknik Analisis Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Hasil Penelitian.....	55
B. Pembahasan	66
BAB V PENUTUP	70
A. Simpulan.....	70

B. Saran 71

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN**



DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 1 QS Al-Baqarah/2: 275	3
Kutipan Ayat 2 QS Al-Baqarah/2: 278	3



DAFTAR HADIS

Hadis 1 Hadis tentang Jual Beli 21



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	8
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 3.2 Uji Validitas	47
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.1 Sarana Perdagangan di Kecamatan Ponrang, 2021	56
Tabel 4.2 Uji Normalitas.....	57
Tabel 4.3 Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.4 Uji Linear Regresi Berganda	60
Tabel 4.5 Uji t	62
Tabel 4.6 Uji f.....	64
Tabel 4.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pikir.....	38
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Surat Izin Meneliti

Lampiran 4 Surat Keterangan telah Meneliti

Lampiran 5 SK Pembimbing

Lampiran 6 Nota Dinas Pembimbing

Lampiran 7 Halaman Persetujuan Pembimbing

Lampiran 8 SK Penguji

Lampiran 9 Nota Dinas Tim Penguji

Lampiran 10 Halaman Persetujuan Tim Penguji

Lampiran 11 Tim Verifikasi Naskah Skripsi

Lampiran 12 Dokumentasi

ABSTRAK

Tuanda, 2022. *“Pengaruh Produk, Promosi dan Lokasi terhadap Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan pada Bank Syariah (Studi Kasus pada UMKM di Padang Sappa)”*. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Muzayyanah Jabani.

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Produk, Promosi dan Lokasi terhadap Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan pada Bank Syariah (Studi Kasus pada UMKM di Padang Sappa). Penelitian ini bertujuan: Untuk menguji apakah ada pengaruh produk terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah; Untuk menguji apakah ada pengaruh promosi terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah; Untuk menguji apakah ada pengaruh lokasi terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah; Untuk menguji apakah ada pengaruh produk, promosi dan lokasi secara bersama-sama terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasinya adalah UMKM yang ada di Padang Sappa. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *accidental sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 100 UMKM. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui pembagian angket/kuesioner. Selanjutnya, teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 22. Hasil dari uji hipotesis produk (X_1) diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,569 > 1,661$) dan nilai sig $0,001 < 0,05$ maka hipotesis 1 teruji sehingga produk berpengaruh terhadap minat UMKM. Pada uji hipotesis promosi (X_2) nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,439 > 1,661$) dan nilai sig $0,017 > 0,05$ maka hipotesis 1 teruji sehingga promosi berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap minat UMKM. Kemudian pada uji hipotesis lokasi (X_3) $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,278 > 1,661$) dan nilai sig $0,001 < 0,05$ maka hipotesis 1 teruji sehingga lokasi berpengaruh terhadap minat UMKM. Adapun hasil pengujian secara simultan atau uji f, diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 64,134 serta f_{tabel} sebesar 2,699 sehingga dapat dilihat bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($64,134 > 2,699$), diketahui nilai signifikan ($0,000 < 0,05$) dan hasil menunjukkan H_0 ditolak serta H_1 diterima. Maka disimpulkan bahwa variabel produk (X_1), promosi (X_2) dan lokasi (X_3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM (Y) mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.

Kata Kunci: Lokasi, Minat, Produk, Promosi

ABSTRACT

Tuanda, 2022. *“The Influence of Products, Promotions and Locations on the Interests of MSMEs in Applying for Financing at Islamic Banks (Case Study on MSMEs in Padang Sappa)”*. Thesis for the Islamic Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Muzayyanah Jabani.

This thesis discusses the Effect of Product, Promotion and Location on the Interests of MSMEs in Applying for Financing at Islamic Banks (Case Study on MSMEs in Padang Sappa). This study aims: To test whether there is a product effect on the interest of MSMEs to apply for financing at Islamic Banks; To test whether there is a promotional effect on the interest of MSMEs to apply for financing at Islamic Banks; To test whether there is an effect of location on the interest of MSMEs to apply for financing at Islamic Banks; To test whether there is an influence of product, promotion and location together on the interest of MSMEs to apply for financing at Islamic Banks. This type of research uses quantitative research. The population is UMKM in Padang Sappa. Sampling was done by accidental sampling technique. The sample used was 100 SMEs. Data collection techniques in this study through the distribution of questionnaires / questionnaires. Furthermore, the data analysis technique in this study used multiple linear regression analysis with the help of the SPSS 22 program. The results of the product hypothesis test (X1) found that the $t_{count} > t_{table}$ ($3.569 > 1.661$) and the sig value was $0.001 < 0.05$, so hypothesis 1 was tested so that the product affects the interest of MSMEs. In the promotion hypothesis test (X2) the value of $t_{count} > t_{table}$ ($2.439 > 1.661$) and a sig value of $0.017 > 0.05$ means that hypothesis 1 is tested so that promotion has a positive but not significant effect on MSME interest. Then in the location hypothesis test (X3) $t_{count} > t_{table}$ ($3.278 > 1.661$) and a sig value of $0.001 < 0.05$, hypothesis 1 is tested so that location affects the interest of UMKM. As for the results of the simultaneous test or f test, the f_{count} value was 64.134 and the f_{table} was 2.699 so that it can be seen that $f_{count} > f_{table}$ ($64.134 > 2.699$), it is known that the significant value is ($0.000 < 0.05$) and the results show H_0 is rejected and H_1 is accepted. So it was concluded that the product variables (X1), promotion (X2) and location (X3) together had a positive and significant effect on the interest of MSMEs (Y) applying for financing at Islamic banks.

Keywords: Location, Interest, Product, Promotion.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah (UMKM) mempunyai peranan yang sangat penting bagi perekonomian di Indonesia. UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat. UMKM sangat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi serta berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.¹

UMKM dan perbankan sama-sama memiliki peranan yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Oleh sebab itu, maka dapat dikatakan perbankan sangat menentukan perkembangan perekonomian di suatu negara untuk kedepannya. Di dalam dunia perbankan sendiri terdapat dua bentuk yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional dalam kegiatannya menggunakan sistem bunga yang terinspirasi dari sistem ekonomi kapitalis dengan jalan menarik keuntungan usahanya terutama dari bunga kredit yang dimanfaatkan melalui dana simpanan masyarakat yang kemudian dipinjam kembali masyarakat dengan tambahan berupa bunga.

Kemunculan bank syariah sendiri dipicu oleh keinginan adanya jasa keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah yang membangun suatu sistem

¹ Azah Rawani, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengusaha Mikro Dalam Mengambil Pembiayaan Modal Usaha Pada Unit Pembiayaan Keuangan Syariah Kecamatan Kluet Tengah - Aceh Selatan," *UIN Ar-Raniry Banda Aceh*, 2019.

perbankan tanpa praktik riba (bunga), maysir (perjudian), dan gharar (ketidakpastian), serta praktik lain yang tidak sesuai dengan prinsip Islam.

Seperti yang kita ketahui fungsi utama perbankan yaitu sebagai lembaga intermediasi keuangan yakni menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat dalam rangka untuk meningkatkan taraf hidup dan perekonomian masyarakat.

Salah satu produk perbankan syariah adalah produk pembiayaan, pembiayaan di berikan atas dasar kepercayaan. Berdasarkan prinsip syariah pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.²

Pembiayaan yang paling mendominasi di bank syariah adalah pembiayaan modal kerja, pembiayaan investasi, dan pembiayaan aneka barang dan properti. Akad yang digunakan dalam aplikasi penerapan pembiayaan tersebut sangat bervariasi dari pola bagi hasil (*mudharabah, musyarakah*), pola jual beli (*murabahah, salam, istishna*) ataupun pola sewa (*ijarah dan ijarah mutahiya bittamlik*).³

Berbagai jenis pembiayaan yang ada pada bank syariah, seharusnya masyarakat lebih memilih mengajukan pembiayaan pada bank syariah untuk meningkatkan perekonomian keluarganya dan dapat mengembangkan kegiatan usahanya, karena selain pembiayaan pada bank syariah memiliki berbagai macam

² Zulkifli Rusby, *Manajemen Perbankan Syariah, Pusat Kajian Pendidikan Islam UR*, 2017, <http://www.penerbitsalemba.com>.

³ Nonie Afrianty, Desi Isnaini, and Amimah Oktarina, *Lembaga Keuangan Syariah, Penerbit CV Zigie Utama*, 2020.

pilihan dan menerapkan kegiatan operasionalnya sesuai dengan syariat Islam, dan tidak mengandung unsur riba yang dijelaskan Allah swt dalam QS. Al-Baqarah (2) ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ^{٢٧٥}

Terjemahnya:

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.⁴

Selain itu ayat tentang riba terdapat pula di surah Al-Baqarah (2) ayat 278:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ^{٢٧٨}

⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Quran Terjemahan Dan Tajwid*, (Bandung: Sygma, 2017).

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.⁵

Namun itu, keanekaragaman produk pembiayaan pada perbankan syariah berbanding terbalik dengan minat masyarakat mengajukan pembiayaan pada bank syariah khususnya UMKM.

Berdasarkan hasil Observasi yang telah peneliti lakukan sebelumnya, menjumpai fakta bahwa:

“Bapak Istroatin Wijiyanto (Usaha Warung Makan). Menyatakan bahwa: Beliau tidak mengambil pembiayaan, karena modal yang digunakan Beliau merupakan murni dari keuntungan penjualan usaha sebelumnya sehingga ia merasa tidak membutuhkan pembiayaan”⁶

“Ibu Ayuni Rahman (Penjual Jajanan Pinggir Jalan). Menyatakan bahwa: Beliau mengambil pembiayaan di bank konvensional, karena bunganya ringan hanya 1% perbulan dan juga jaraknya lebih mudah dijangkau dari pada bank syariah”⁷

“Ibu Kasma (Pedagang Buah dan Sayur-sayuran). Menyatakan bahwa: Beliau mengambil pembiayaan di bank konvensional, karena selain jaraknya mudah di jangkau, Beliau juga belum memahami sistem yang digunakan oleh bank syariah”⁸

Berdasarkan hasil observasi masyarakat lebih berminat dalam mengajukan pembiayaan di bank konvensional daripada bank syariah, di karenakan lokasi bank konvensional mudah di jangkau oleh masyarakat serta masih banyak masyarakat yang belum mengetahui sistem yang digunakan oleh bank syariah.

⁵ RI, *Al-Quran Terjemahan Dan Tajwid*.

⁶ Istroatin Wijiyanto, “Masyarakat Umum” (Wawancara, 2021).

⁷ Ayuni Rahman, “Masyarakat Umum” (Wawancara, 2021).

⁸ Kasma, “Masyarakat Umum” (Wawancara, 2021).

Minat merupakan sebuah rasa ketertarikan terhadap suatu kegiatan yang sebelumnya telah dilakukan, sehingga menimbulkan perhatian serta ingin tahu lebih tanpa adanya paksaan. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu objek, cenderung memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar terhadap objek tersebut.⁹

Perkembangan usaha kecil jika didukung dengan pembiayaan yang ada pada bank syariah tentu akan membuat perekonomian warga yang memiliki usaha kecil akan menjadi lebih baik, seperti yang kita ketahui usaha kecil adalah usaha dengan kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 pertahun diluar tanah dan bangunan tempat usahanya, jika merujuk pada definisi ini maka usaha yang dirintis warga akan mengalami kemajuan, jika warga mau mengajukan pembiayaan pada bank syariah. Seperti yang kita ketahui bank syariah menerapkan prinsip dan pola dalam pembiayaan sesuai dengan syariah Islam hal ini tentunya merupakan tujuan utama dalam usaha sebagai seorang muslim yaitu bukan hanya mendapatkan keuntungan di dunia tetapi juga di akhirat.¹⁰

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk mengkaji minat UMKM dalam mengajukan pembiayaan modal usaha pada bank syariah, judul penelitian ini adalah: Pengaruh Produk, Promosi dan Lokasi terhadap Minat UMKM mengajukan Pembiayaan pada Bank Syariah (Studi Kasus pada UMKM di Kelurahan Padang Sappa)

⁹ Nila Lutfiyanti, "Pengaruh Kompetensi Pedagogik Guru Dan Disiplin Kerja Guru Terhadap Minat Belajar Siswa (Penelitian Survey Terhadap Siswa Pada Mata Pelajaran Ekonomi Kelas XI IPS SMA/MA Se-Wilayah Kecamatan Singaparna Tahun Ajaran 2018/2019)" (Universitas Siliwangi, 2019).

¹⁰ A P Wulandari, "Faktor-Faktor Penyebab Kurangnya Pemahaman Pelaku Usaha Kecil Kelurahan Betungan Terhadap Produk Pembiayaan Mikro Syariah Pada BNI Syariah," *Skripsi*, 2018, <http://repository.iainbengkulu.ac.id/3459/>.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti, yaitu:

1. Apakah produk berpengaruh terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah?
4. Apakah produk, promosi dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian dirumuskan sebagai berikut :

1. Untuk menguji apakah ada pengaruh produk terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah
2. Untuk menguji apakah ada pengaruh promosi terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah
3. Untuk menguji apakah ada pengaruh lokasi terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah
4. Untuk menguji apakah ada pengaruh produk, promosi dan lokasi secara bersama-sama terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah

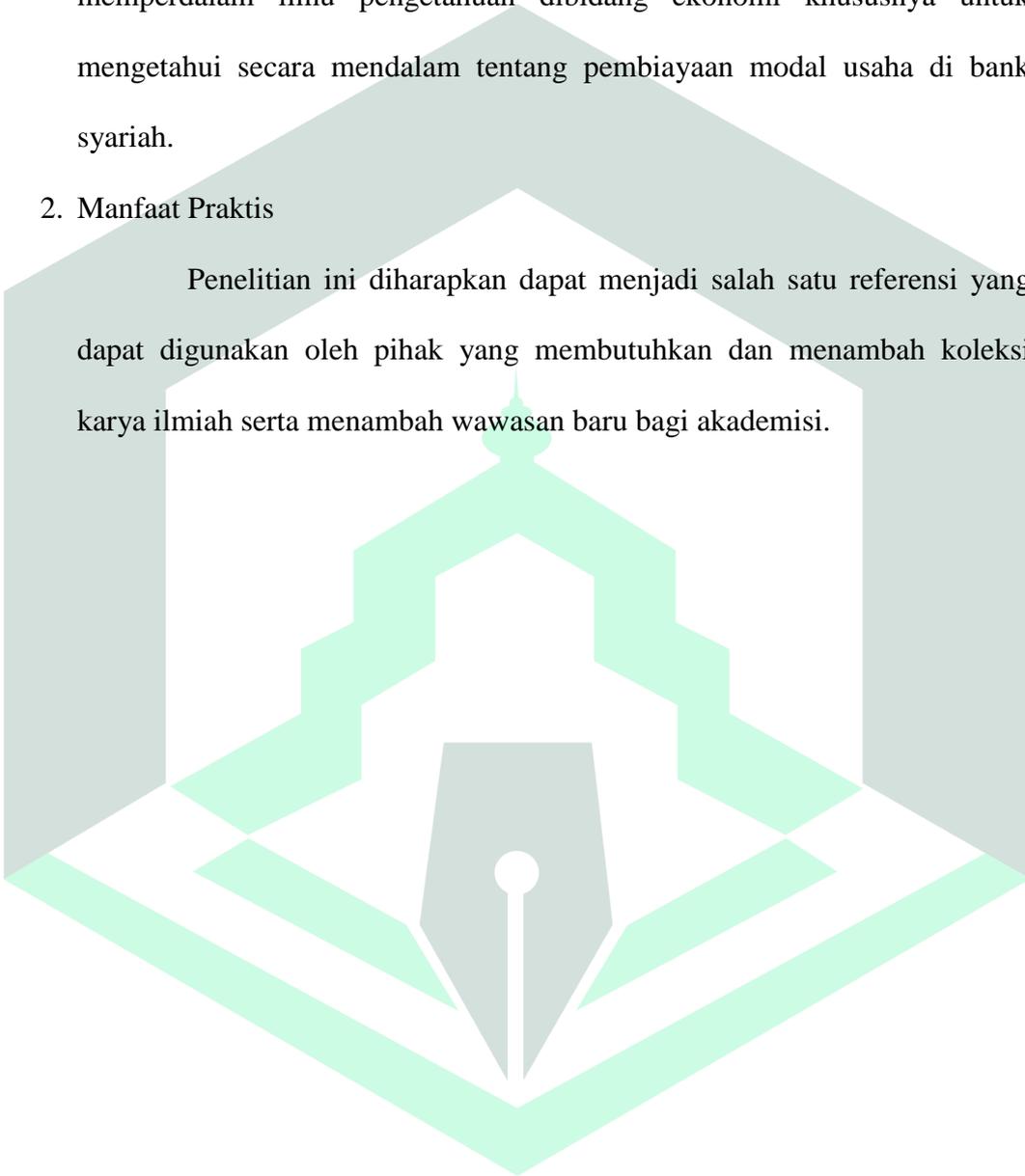
D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta memperdalam ilmu pengetahuan dibidang ekonomi khususnya untuk mengetahui secara mendalam tentang pembiayaan modal usaha di bank syariah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi yang dapat digunakan oleh pihak yang membutuhkan dan menambah koleksi karya ilmiah serta menambah wawasan baru bagi akademisi.



BAB II KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sebagai dukungan permasalahan terhadap pembahasan, peneliti berupaya mencari beragam referensi serta dari penelitian terdahulu yang relevan mengenai permasalahan yang ingin diteliti. Berdasarkan hasil pencarian pada penelitian terdahulu, peneliti mendapatkan penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian saat ini. Walaupun telah ditemukan adanya keterkaitan antar pembahasan, akan tetapi penelitian yang akan dilakukan ini masih jauh berbeda dengan penelitian terdahulu. Adapun penelitian yang dimaksud yaitu:

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu yang relevan

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil	Persamaan dan Perbedaan
1.	Nurul Azmi, Muhammad Haris Riyaldi (2019)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pengusaha UMKM Mengajukan Pembiayaan	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan, motivasi, reputasi dan lokasi secara simultan mempengaruhi minat. secara	Persamaan yaitu terletak pada variabel yang akan diteliti yakni lokasi. serta metode yang digunakan Adapun

	di Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh)		parsial, peneliian ini menunjukkan bahwa pengetahuan, reputasi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat. Sementara motivasi tidak berpengaruh terhadap minat pengusaha UMKM mengajukan pembiayaan di bank syariah.	Perbedaan yaitu terletak pada Lokasi penelitian, serta variabel pengetahuan, motivasi dan reputasi.
2. Astik Tartikotillah (2017)	Pengaruh Pengetahuan, Kelompok Acuan, Motivasi, dan Lokasi Bank terhadap Keputusan Masyarakat	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan, kelompok acuan, motivasi, dan lokasi bank berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap	Persamaan yaitu terletak pada variabel yang akan diteliti yakni lokasi, serta metode kuantitaif. Adapun Perbedaan yaitu

	Muslim melakukan Pembiayaan di Bank Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat Muslim di Kota Surakarta)		keputusan. Dengan hasil uji t pengetahuan, kelompok acuan, motivasi, dan lokasi bank.	terletak pada Lokasi penelitian serta variabel pengetahuan, kelompok acuan, dan motivasi.
3. Zikriatul Ulya (2020)	Pengaruh Kepercayaan dan Promosi terhadap Minat UMKM Mengambil Pembiayaan Perbankan Syariah di Kota Langsa	Kuantitatif	Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa kepercayaan dan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM mengambil pembiayaan perbankan syariah di Kota Langsa.	Persamaan penelitian sekarang dengan sebelumnya yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif, serta variabel yang diteliti yakni Promosi. Perbedaan

4.	Umi Nurrohman Khasanah (2021)	Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Layanan terhadap Minat Nasabah pada Pembiayaan Ijarah di KSPS BMT	Kuantitatif	<p>Hasil penelitian uji F menunjukkan bahwa kepercayaan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat UMKM mengambil pembiayaan perbankan syariah di Kota Langsa</p> <p>Hasil penelitian yang diperoleh menggunakan SPSS 21.0 menunjukkan bahwa: (1) secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada</p>	<p>yaitu penelitian sebelumnya menggunakan teknik probability sampling, serta variabel kepercayaan, serta lokasi penelitian yang berbeda</p> <p>Persamaan penelitian sekarang dengan sebelumnya yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif, serta variabel yang diteliti yakni produk dan</p>
----	-------------------------------	---	-------------	--	---

BEE MASS	pembiayaan ijarah,	promosi.
NGRAMBE	(2) secara parsial	Perbedaannya
	promosi	yaitu terletak
	berpengaruh	pada Lokasi
	signifikan terhadap	penelitian serta
	minat nasabah pada	penelitian
	pembiayaan ijarah,	sebelumnya
	(3) secara parsial	menggunakan
	pelayanan	teknik
	berpengaruh	probability
	signifikan terhadap	sampling, serta
	minat nasabah pada	meneliti
	pembiayaan ijarah,	variabel
	(4) secara simultan	pelayanan
	kualitas produk,	
	promosi, dan	
	pelayanan	
	berpengaruh	
	signifikan terhadap	
	minat nasabah.	

B. Landasan Teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

Minat adalah suatu kesukaan, kegemaran atau kesenangan akan tertentu.¹¹ Minat juga diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri.

Minat timbul dari aspek kejujuran untuk melakukan sebuah aktifitas yang menyebabkan munculnya ketertarikan pada suatu hal.¹² Minat merupakan suatu keinginan yang dimiliki oleh seseorang secara sadar. Minat tersebut mendorong seseorang untuk memperoleh subyek khusus, aktivitas, pemahaman, dan keterampilan untuk tujuan perhatian maupun pencapaian yang diinginkan oleh seseorang tersebut. Minat juga berkaitan dengan perasaan seseorang tentang suka atau senang terhadap suatu objek atau aktivitas. Minat yang ada pada diri seseorang akan memberi gambaran dalam aktivitas mencapai suatu tujuan.

b. Macam-macam minat

Menurut Shaleh dan Wahad (dalam Tarwiyatun Niza) minat di bagi menjadi tiga macam yaitu:¹³

- 1) Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan

¹¹ Ahmad Susanto, *Teori Belajar Dan Pembelajaran Disekolah*, ed. Ahmad Susanto, Cetakan IV. (Jakarta: Prenadamedia, 2016).

¹² Nurul Azmi dan Muhammad Haris Riyaldi, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Pengusaha Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Mengajukan Pembiayaan Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam* 1 (2019): 71–90.

¹³ Tarwiyatun Niza, "Pengaruh Persepsi Citra Merek, Dan Periklanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ngunut Tulungagung" (IAIN Tulungagung, 2016).

biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makan. Sedangkan minat kultural adalah minat yang timbul karena proses belajar.

2) Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.

3) Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu: (1) *expressed interest*; minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subjek untuk kenyataan kegiatan yang disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya, (2) *manifest interest*; minat yang diungkapkan dengan melakukan pengamatan langsung, (3) *tested interest*; minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif, dan (4) *inventoried interest*; minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat

Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, secara garis besar dikelompokkan menjadi dua yaitu:

1) Faktor dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian),

2) Faktor berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat.¹⁴

Crow and Crow (dalam Khoirul Jaswadi) berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat yaitu:

- 1) Dorongan dari dalam diri individu, misal dorongan makan, rasa ingin tahu dan seks.
- 2) Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
- 3) Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.¹⁵

Shaleh dan Wahab (dalam Nurul Azmi dan Muhammad Haris Riyaldi) merumuskan beberapa indikator pengukuran minat yakni:¹⁶

- 1) Dari dalam individu sendiri, nasabah memutuskan mengajukan pembiayaan pada perbankan dengan memperhatikan variabel-variabel yang ada.
- 2) Berdasarkan informasi teman atau saudara yaitu nasabah merasakan adanya ketertarikan dan berminat untuk menjadi nasabah pembiayaan perbankan syariah karena saran dari orang terdekatnya.

2. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

a. Definisi UMKM

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi.

¹⁴ Nia Daniati, "Faktor Penghambat Minat Masyarakat Betungan Pembiayaan Pada Bank Syariah," *Ekonomi* (2018): 17–18.

¹⁵ Khoirul Jaswadi, "Pengaruh Keyakinan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bprs Gala Mitra Abadi Grobogan," 2018.

¹⁶ Nurul Azmi dan Muhammad Haris Riyaldi, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Pengusaha Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Mengajukan Pembiayaan Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh)."

Pada dasarnya perbedaan antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun, definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara.

Definisi UMKM yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam Bab 1 (Ketentuan Umum), pasal 1 dari UU tersebut, menyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang-perorangan dan badan usaha perorangan yang memenuhi usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang-perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana telah diatur oleh UU tersebut. Sedangkan usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang-perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

b. Kriteria UMKM

Berdasarkan Undang-Undang Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 perihal Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, memiliki kriteria sebagai berikut:

- 1) Usaha mikro mempunyai modal usaha hingga dengan paling banyak Rp 1 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan hasil penjualan tahunan hingga dengan paling banyak Rp 2 miliar.
- 2) Usaha kecil mempunyai modal usaha lebih Rp 1 - 5 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan hasil penjualan tahunan Rp 2 - 15 miliar.
- 3) Usaha menengah mempunyai modal usaha lebih Rp 5 – 15 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan hasil penjualan tahunan Rp 15 - 50 miliar.

c. Karakteristik UMKM di Indonesia

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang diantara negara-negara yang ada di Asia, dan pada negara berkembang memiliki beberapa karakteristik dari UMKM.

- 1) UMKM tidak memerlukan modal yang besar sebagaimana perusahaan besar sehingga pembentukan usaha ini tidak sesulit usaha besar.
- 2) Tenaga kerja yang diperlukan tidak menuntut pendidikan formal tertentu.
- 3) Sebagian besar berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar.
- 4) UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi.

d. Peran UMKM

UMKM memiliki peranan penting dalam setiap negara berkembang, begitu juga dengan Indonesia. UMKM mempunyai peranan

yang strategis dalam pembangunan Indonesia terutama kontribusinya terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB), dan memiliki peran dalam segala bidang contohnya, dalam bidang ekonomi dan bidang sosial. Sehingga selain berfungsi sebagai pertumbuhan ekonomi nasional serta perannya terhadap penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. UMKM diharapkan mampu memberikan manfaat bagi sumber daya nasional, termasuk dalam pemanfaatan tenaga kerja yang sesuai dengan kepentingan rakyat dan mencapai pertumbuhan ekonomi yang maksimum.

e. Kelebihan dan Kekurangan UMKM

1) Kelebihan UMKM yaitu:

- a) UMKM merupakan dasar pengembangan kewirausahaan
- b) Memiliki organisasi Internal yang sederhana
- c) Mampu meningkatkan ekonomi kerakyatan (lapangan kerja dan lapangan usaha) berorientasi ekspor dan substitusi impor (memperkokoh industri dan perolehan devisa Negara)
- d) Aman bagi perbankan dalam memberikan kredit
- e) Bergerak di bidang usaha yang cepat menghasilkan
- f) Mampu memperpendek rantai distribusi
- g) Fleksibilitas dan adaptabilitas dalam pengembangan usaha

2) Kekurangan UMKM yaitu:

- a) SDM lemah dalam kewirausahaan dan manajerial
- b) Keterbatasan keuangan

- c) Ketidakmampuan aspek pasar
- d) Keterbatasan pengetahuan produksi dan teknologi, prasarana dan sarana
- e) Ketidakmampuan menguasai informasi
- f) Tidak didukung kebijakan dan regulasi memadai, serta perlakuan pelaku usaha besar
- g) Tidak terorganisasinya dalam jaringan dan kerjasama
- h) Sering tidak memenuhi standar
- i) Belum memenuhi kelengkapan aspek legalitas

f. Permasalahan yang dihadapi UMKM

Perkembangan UMKM di Negara sedang berkembang dihalangi oleh banyak hambatan. Hambatan-hambatan tersebut (atau intensitasnya) bisa berbeda antara satu daerah dan daerah lain, atau antara pedesaan dan perkotaan, atau antara sektor, atau antar sesama perusahaan di sektor yang sama. Namun demikian, ada sejumlah persoalan yang umum untuk semua UMKM di Negara manapun juga, khususnya di dalam kelompok Negara sedang berkembang. Rintangan-rintangan yang umum tersebut termasuk keterbatasan modal kerja maupun investasi, kesulitan-kesulitan dalam pemasaran, distribusi dan pengadaan bahan baku dan input lainnya., keterbatasan akses ke informasi mengenai peluang pasar dan lainnya, keterbatasan pekerja dengan keahlian tinggi (kualitas SDM rendah) dan kemampuan teknologi, biaya tinggi akibat prosedur administrasi dan biokrasi yang kompleks khususnya dalam pengurusan izin usaha, dan

ketidakpastian akibat peraturan dan kebijakan ekonomi yang tidak jelas atau tak menentu arahnya.¹⁷

Pada umumnya, permasalahan yang dihadapi UMKM antara lain meliputi:¹⁸

- 1) Faktor Internal
 - a) Kurangnya permodalan dan terbatasnya akses pembiayaan
 - b) Kualitas sumber daya manusia (SDM)
- 2) Faktor Eksternal
 - a) Iklim usaha belum sepenuhnya kondusif
 - b) Terbatasnya sarana dan prasarana usaha
 - c) Pungutan liar
 - d) Implikasi otonomi daerah
 - e) Implikasi perdagangan bebas
 - f) Sifat produk dengan ketahanan pendek
 - g) Terbatasnya akses informasi
3. Pembiayaan
 - a. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan secara luas berarti financing atau pembelanjaan, yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dijalankan orang lain. Dalam

¹⁷ Nafi'ah Arisma Nafidatun, "Peran BSM KCP Tulungagung Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Perekonomian UMKM Ayam Geprek 3D Di Desa Bago Tulungagung," *LPPL* (2020), <http://blog.iain-tulungagung.ac.id>.

¹⁸ Lilis Sulastrri, *Manajemen Usaha Kecil Menengah*, LGM - LaGood's Publishing, vol. 1999, 2016.

arti sempit, pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan, seperti bank syariah kepada nasabah.¹⁹

Dalam UU No. 10 tahun 1998 tentang perbankan menyatakan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.²⁰

Berdasarkan Undang-Undang Perbankan Syariah UU No. 21 Tahun 2008 pasal 25: Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa: bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*, transaksi sewa-menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *muntahiya bintamlik*, transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam*, dan *istishna'*, transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh*, dan transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk *ijarah*.²¹

Adapun Hadis tentang jual beli yang di riwayat oleh Abu Daud No. 2936 yaitu:

¹⁹ Andrianto and M. Anang Firmansyah, "Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)," CV. Penerbit Qiara Media (2019): 536.

²⁰ Andrianto and Firmansyah, "Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)."

²¹ Andrianto and Firmansyah, "Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)."

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ سُلَيْمَانَ الْمِصْبِصِيُّ حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الزُّبَيْرِ قَانَ عَنْ
 أَبِي حَيَّانَ النَّيْمِيِّ عَنْ أَبِيهِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَفَعَهُ قَالَ إِنَّ اللَّهَ يَقُولُ
 أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ فَإِذَا خَانَ خَرَجْتُ
 مِنْ بَيْنَهُمَا

Terjemahnya:

*Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Sulaiman Al Mishshishi, telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Az Zibriqan, dari Abu Hayyan At Taimi, dari ayahnya dari Abu Hurairah dan ia merafa'kannya. Ia berkata; sesungguhnya Allah berfirman: "Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang bersekutu, selama tidak ada salah seorang di antara mereka yang berkhianat kepada sahabatnya. Apabila ia telah mengkhianatnya, maka aku keluar dari keduanya."*²²

b. Tujuan dan Fungsi Pembiayaan

Secara umum tujuan pembiayaan dibagi menjadi dua kelompok yaitu tujuan pembiayaan untuk tingkat makro dan tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro.²³ Secara makro, pembiayaan bertujuan untuk:

- 1) Peningkatan ekonomi umat
- 2) Tersedianya dana bagi peningkata usaha
- 3) Meningkatkan produktivitas
- 4) Membuka lapangan kerja baru
- 5) Terjadi distribusi pendapatan

²² Ilmu Islam, "Portal Belajar Agama Islam," last modified 2022, <https://ilmuisla.id/hadits/2858/hadits-abu-daud-nomor-2936>.

²³ Nelly Agus Tantiana Irawan Fakhruddin Mahalizikri, "Pengaruh Pembiayaan UED-SP Terhadap Efektivitas Usaha Masyarakat Desa Pada Bidang Pertanian Kecamatan Bantan," *Jurnal Akuntansi Syariah* 4 (2020): 34–35, <https://doi.org/10.46367/jas.v4i1.198>.

Adapun dalam tingkat mikro pembiayaan bertujuan untuk.

- 1) Upaya memaksimalkan laba
- 2) Upaya meminimalkan risiko
- 3) Pendayagunaan sumber ekonomi
- 4) Penyaluran kelebihan dana

Fungsi Pembiayaan, keberadaan prinsip bank syariah yang menjalankan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah bukan hanya untuk mencari keuntungan dan meramaikan bisnis perbankan di Indonesia, tetapi juga untuk menciptakan lingkungan bisnis yang aman, diantaranya:

- 1) Memberikan pembiayaan dengan prinsip syariah yang menerapkan system bagi hasil yang tidak memberatkan debitur.
- 2) Membantu kaum dhuafa yang tidak tersentuh oleh bank konvensional karena tidak mampu memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh bank konvensional.
- 3) Membantu masyarakat ekonomi lemah yang selalu dipermainkan oleh rentenir dengan membantu melalui pendanaan untuk usaha yang dilakukan.²⁴

c. Prinsip-prinsip Pembiayaan

Pada prinsip pembiayaan, ada empat skim dalam melakukan akad pada bank syariah, yaitu :

- 1) Pembiayaan berprinsip bagi hasil yaitu:

²⁴ Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, FEBI UIN-SU Press (Medan, 2018).

a) *Mudharabah*, adalah akad kerjasama antara bank selaku pemilik dana (shahib al maal) dengan nasabah selaku mudharib yang mempunyai keahlian atau keterampilan untuk mengelola suatu usaha yang produktif dan halal. Hasil keuntungan dari penggunaan dana tersebut dibagi bersama berdasarkan nisbah yang disepakati.²⁵

b) *Musyarakah*, adalah transaksi penanaman modal dari bank kepada nasabah selaku pengelola dana untuk melakukan suatu kegiatan/proyek dengan pembagian hasil usaha ditetapkan berdasarkan nisbah atau porsi bagi hasil yang telah disepakati sebelumnya.²⁶

2) Pembiayaan berprinsip jual beli, yaitu:

a) *Murabahah*, adalah pembiayaan berupa transaksi jual beli barang sebesar harga perolehan barang ditambah margin keuntungan yang disepakati para pihak (penjual dan pembeli). Besar margin keuntungan dinyatakan dalam bentuk nominal rupiah atau persentase dari harga pembeliannya.²⁷

b) *Salam*, adalah pembiayaan transaksi jual beli barang dalam bentuk pemesanan barang/komoditas dengan pembayaran dan penyerahan sesuai kesepakatan, yaitu pembayaran di awal dan penyerahan beberapa waktu kemudian. Pembiayaan akad salam banyak terjadi pada komoditas hasil bumi/pertanian.²⁸

²⁵ Muhamad, *Manajemen Keuangan Syariah: Analisis Fiqh & Keuangan*, ed. Muhamad, Kedu. (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016).

²⁶ Andrianto and Firmansyah, "Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)."

²⁷ Andrianto and Firmansyah, "Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)."

²⁸ Andrianto and Firmansyah, "Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)."

c) *Istishna*, adalah pembiayaan bank dengan akad transaksi jual beli barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati dengan pembayaran di awal dan penyerahan di belakang.²⁹

3) Pembiayaan berprinsip sewa yaitu:

a) *Ijarah*, disebut akad perpindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa/upah, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.³⁰

b) *Ijarah Muntahiyah Bittamlik*, adalah akad pemindahan hak guna atas barang dan jasa melalui pembayaran upah sewa, namun dimasa akhir sewa terjadi pemindahan kepemilikan atas barang sewa.

4) Pembiayaan berprinsip jasa yaitu:

a) *Wakalah*, adalah suatu akad pada transaksi perbankan syariah, yang merupakan akad (perwakilan) yang sesuai dengan prinsip-prinsip yang diterapkan dalam syariah Islam.

b) *Kafalah*, adalah memberikan jaminan yang diberikan oleh penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung, dengan kata lain mengalihkan tanggung jawab seorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai jaminan.

c) *Hawalah*, adalah akad perpindahan dimana dalam prakteknya memindahkan hutang dari tanggungan orang yang berhutang menjadi tanggungan orang yang berkewajiban membyar hutang.

²⁹ Andrianto and Firmansyah, "Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)."

³⁰ Muhamad, *Manajemen Keuangan Syariah: Analisis Fiqh & Keuangan*.

- d) *Rahn*, adalah suatu akad pada transaksi perbankan syariah, yang merupakan akad gadai yang sesuai dengan syariah.
- e) *Qardh*, adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.³¹

4. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Secara Umum, Bank adalah sebuah lembaga intermediasi keuangan yang didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menerbitkan promes atau yang dikenal sebagai *banknote*.³²

Bank Islam atau Bank Syariah, adalah Bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau disebut Bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist Nabi saw atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalulintas pembiayaan serta peredaran uang yang pengopersiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.³³

³¹ H. Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Ke Praktik - Muammar Arafat Yusmad - Google Buku, CV Budi Utama, 2018*, <https://books.google.co.id/books?id=4oBJDwAAQBAJ&pg=PA38&dq=pengertian+mobile+banking&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwj2t5bj1tTuAhUowzGgHYgmAOIQ6AEwAnoECAIQAg#v=onepage&q=pengertian+mobile+banking&f=false>.

³² Irsyadi dan Y. Rahmat Akbar Zain, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Yogyakarta: Deepublish, 2020).

³³ Rusby, *Manajemen Perbankan Syariah*.

Bank adalah lembaga perantara keuangan atau biasa disebut *financial intermediary*. Artinya lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang. Untuk menghindari pengoperasian bank dengan sistem Bunga, Islam memperkenalkan prinsip-prinsip muamalah Islam. Dengan kata lain, Bank Islam lahir sebagai salah satu solusi alternative terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dengan riba. Menurut Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, bank yang kegiatan usahanya dilakukan berdasarkan prinsip syariah tersebut secara teknis yuridis disebut “Bank Berdasarkan Prinsip” karena pedoman operasi bank tersebut adalah ketentuan-ketentuan syariah Islam, maka bank yang demikian itu disebut pula “Bank Syariah”. Dengan dikeluarkannya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah itu, sebagaimana menurut definisi yang disebut dalam Pasal 1 angka 7 undang-undang tersebut, bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah disebut Bank Syariah.

b. Tujuan dan Fungsi Bank Syariah

Perbankan Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan pada Prinsip Syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Perbankan Syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.³⁴

³⁴ Andrianto and Firmansyah, “Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek).”

Sedangkan apabila kita berbicara mengenai fungsi bank syariah, Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu fungsi bank syariah untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, fungsi bank syariah untuk menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga fungsi bank syariah untuk memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah.³⁵

c. Konsep Operasional Bank Syariah

Pada umumnya bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi melancarkan mekanisme ekonomi di sektor riil melalui aktivitas investasi atau jual beli, serta memberikan pelayanan jasa simpanan atau perbankan bagi para nasabah. Mekanisme kerja bank syariah yaitu bank syariah melakukan kegiatan pengumpulan dana dari nasabah melalui deposito atau investasi maupun titipan giro dan tabungan. Dana yang terkumpul kemudian diinvestasikan pada dunia usaha melalui investasi sendiri (*no-bagi hasil/trade financing*). Ketika ada hasil, maka bagian keuntungan untuk bank dibagi kembali antara bank dan nasabah pendanaan. Di samping itu, Bank syariah dapat memberikan jasa perbankan kepada nasabahnya.

d. Sistem Operasional Bank Syariah

- 1) Besar kecilnya bagi hasil yang diperoleh deposan bergantung pada:
 - a) Pendapatan bank
 - b) Nisbah bagi hasil antara nasabah dan bank

³⁵ Andrianto and Firmansyah, "Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)."

- c) Nominal deposito nasabah
 - d) Rata-rata saldo deposito untuk jangka waktu tertentu yang ada pada bank
 - e) Jangka waktu deposito karena berpengaruh pada lamanya investasi
- 2) Bank syariah memberi keuntungan kepada deposan dengan pendekatan LDR (*Loan to Deposit Ratio*), yaitu mempertimbangkan rasio antara dana pihak ketiga dan pembiayaan yang diberikan.
- 3) Dalam perbankan syariah, LDR bukan saja mencerminkan keseimbangan, tetapi juga keadilan karena bank benar-benar membagikan hasil rill dari dunia usaha (*loan*) kepada penabung (*deposit*).

5. Pemasaran

a) Definisi Pemasaran

Pemasaran (*Marketing*) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menuntungkan”.³⁶

b) Konsep-konsep Pemasaran

Adapun konsep-konsep pemasaran ialah sebagai berikut.³⁷

1) Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan

Kebutuhan adalah syarat hidup dasar manusia. Orang membutuhkan udara, makanan, air, pakaian, dan tempat tinggal untuk dapat bertahan hidup. Orang juga memiliki kebutuhan yang kuat akan rekreasi, pendidikan, dan hiburan. Kebutuhan-kebutuhan ini menjadi keinginan

³⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, ed. 13. (Jakarta: Erlangga, 2009).

³⁷ Kotler, *Manajemen Pemasaran*.

ketika diarahkan ke objek tertentu yang dapat memuaskan kebutuhan tersebut. Perimintaan adalah keinginan akan produk-produk tertentu yang didukung oleh kemampuan untuk membayar.

2) Pasar Sasaran, Positioning, dan Segmentasi

Seorang pemasar jarang dapat memuaskan semua orang dalam suatu pasar. Karenanya, pemasar memulai dengan membagi-bagi pasar ke dalam segmen-segmen. Mereka mengidentifikasi dan membuat profil dari kelompok-kelompok pembeli yang berbeda, yang mungkin lebih menyukai atau menginginkan bauran produk dan jasa yang beragam, dengan meneliti perbedaan demografis, psikografis, dan perilaku di antara pembeli. Setelah mengidentifikasi segmen pasar, pemasar lalu memutuskan segmen mana yang memberikan peluang terbesar. Segmen itulah yang akan menjadi pasar sasarannya. Untuk setiap segmen, perusahaan mengembangkan suatu penawaran pasar yang diposisikannya di dalam benak pembeli sasaran sebagai keuntungan utama.

3) Penawaran dan Merek

Perusahaan memenuhi kebutuhan dengan mengajukan sebuah proposisi nilai (*value proposition*), yaitu serangkaian keuntungan yang mereka tawarkan kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Proposisi nilai yang sifatnya tidak berwujud tersebut dibuat menjadi berwujud dengan suatu penawaran. Penawaran dapat berupa suatu kombinasi produk, jasa, informasi, dan pengalaman. Merek (*brand*) adalah suatu penawaran dari sumber yang diketahui.

4) Nilai dan Kepuasan

Penawaran akan berhasil jika memberikan nilai dan kepuasan kepada pembeli sasaran. Nilai adalah konsep yang sentral perannya dalam pemasaran. Kita dapat memandang pemasaran sebagai kegiatan mengidentifikasi, menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan memantau nilai pelanggan. Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tersebut puas. Jika kinerja produk melebihi ekspektasi, pelanggan tersebut senang.

5) Saluran Pemasaran

Untuk mencapai pasar sasaran, pemasar menggunakan tiga jenis saluran pemasaran. Saluran komunikasi menyampaikan dan menerima pesan dari pembeli sasaran. Saluran ini mencakup surat kabar, majalah, radio, televisi, surat, telepon, poster, dll. Pemasar menggunakan saluran distribusi untuk menggelar, menjual atau menyampaikan produk fisik atau jasa kepada pelanggan atau pengguna. Saluran ini mencakup pedagang grosir, pengecer dan agen. Pemasar juga menggunakan saluran layanan untuk melakukan transaksi dengan calon pembeli. Saluran layanan mencakup gudang, perusahaan transportasi, bank dan perusahaan asuransi yang membantu transaksi.

6) Rantai Pasokan

Rantai pasokan (*suplly chain*) adalah saluran yang lebih panjang yang membentang dari bahan mentah hingga komponen sampai produk akhir yang dihantarkan ke pembeli akhir.

7) Persaingan

Persaingan mencakup semua penawaran dan produk substitusi yang ditawarkan oleh pesaing, baik yang aktual maupun yang potensial, yang mungkin dipertimbangkan oleh seorang pembeli.

8) Lingkungan pemasaran

Lingkungan terdiri dari lingkungan tugas dan lingkungan luas. Lingkungan tugas mencakup para pelaku yang terlibat dalam produksi, distribusi, dan promosi penawaran. Termasuk di dalamnya adalah perusahaan, pemasok, distributor, dealer, dan pelanggan sasaran. Sedangkan lingkungan luas terdiri atas enam komponen yakni, lingkungan demografis, lingkungan ekonomi, lingkungan fisik, lingkungan teknologi, politik-hukum, dan lingkungan sosial budaya. Pemasar harus benar-benar memperhatikan tren dan perkembangan dalam lingkungan-lingkungan ini dan melakukan penyesuaian yang tepat waktu pada strategi pemasaran mereka.

6. Produk

Produk adalah sekelompok sifat-sifat yang berwujud dan tidak berwujud yang mencakup warna, harga, kemasan, prestise dan pelayanan yang diberikan produsen agar dapat diterima oleh nasabah sebagai keputusan kebutuhan nasabah. Produk yang bersifat tidak berwujud seperti

jasa agar dapat diterima pasar, maka produk harus mempunyai kualitas yang tinggi atau produk plus dibandingkan dengan produk pesaing.³⁸

Menurut Kotler produk merupakan semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Menurut Kasmir (dalam Gita Silvia) agar produk yang dibuat laku dipasaran, maka penciptaan produk harus memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabah. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing, sehingga dapat menarik minat calon nasabah yang baru atau dapat mempertahankan nasabah yang sudah ada.³⁹

Menurut Wahjono (dalam Eka Nopitasari) produk adalah apa saja yang dapat di tawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakain atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan manusia. Contoh produk yaitu: buku, tabungan, deposito, kredit dan lain-lain.⁴⁰

Sedangkan produk bank yaitu jasa yang di tawarkan kepada nasabah untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Produk bank terdiri dari produk simpanan (giro, tabungan dan deposito), pinjaman

³⁸ Fipoelidia Gusman, "Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Minat Pengusaha UMKM Mengajukan Pembiayaan Pada Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP ...)" (2021), <https://repo.iainbatuankang.ac.id/xmlui/handle/123456789/23926>.

³⁹ Silvia Gita, "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Atas Bunga, Bagi Hasil Dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Pembiayaan BPTN Syariah," 2021.

⁴⁰ Eka Nopitasari, "Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah," *IAIN Surakarta*, 2017.

(kredit) atau jasa-jasa bank lainya seperti transfer, kliring, inkaso, safe deposit box, kartu kredit, *letter of keredit*, bank garansi, *traveler cheque*, bank draf, dan jasa-jasa bank lainya.⁴¹

Menurut Tjiptono (dalam Eka Nopitasari) produk mempunyai lima karakteristik yaitu:⁴²

- a) Mempunyai keistimewaan tertentu, keistimewaan merupakan karakteristik yang melengkapi fungsi dasar produk.
- b) Bentuk dan gaya, gaya menggambarkan penampilan dan perasaan bagi pelanggan.
- c) Kualitas, merupakan seberapa baik sebuah produk sesuai dengan kebutuhan spesifikasi dari pelanggan.
- d) Kemasan, kemasan dapat memberikan informasi stuktur produk, manfaat dan informasi tambahan sehingga mendorong konsumen untuk mencoba membeli.
- e) Pemberian merek, merupakan kombinasi dari nama, kata simbol atau desain yang memberi identitas produk.

7. Promosi

Promosi merupakan satu-satunya alat bauran yang pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran yang sudah di targetkan. Hal ini dilakukan untuk mencapai sasaran dari pemasaran perusahaan. Keputusan harga promosi wajib disesuaikan dengan rancangan produk yang

⁴¹ Nopitasari, "Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah."

⁴² Eka Nopitasari, "Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah."

nantinya di distribusikan. Selain itu juga wajib melakukan promosi dengan membentuk program pemasaran yang tepat dan efektif.⁴³

Menurut Zimmerer (dalam Zikriatul Ulya) promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk memengaruhi mereka supaya membeli barang atau jasa tersebut.⁴⁴

Menurut Kasmir, sarana promosi dapat dilakukan dengan beberapa hal, di antaranya adalah:⁴⁵

a) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, billboard, koran, majalah, TV atau radio. Dengan membaca atau melihat *Advertising* itu diharapkan para konsumen atau calon konsumen akan terpengaruh lalu tertarik untuk membeli produk yang diiklankan tersebut, oleh karena itu iklan ini harus dibuat sedemikian rupa sehingga menarik perhatian para pembacanya.

b) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.

⁴³ Andrianto and Firmansyah, "Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)."

⁴⁴ Zikriatul Ulya, "Pengaruh Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat UMKM Mengambil Pembiayaan Perbankan Syariah Di Kota Langsa," *Jurnal Manajemen dan Keuangan* Vol. 9, no. 3 (2021): 352–366.

⁴⁵ Jaswandi, "Pengaruh Keyakinan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bprs Gala Mitra Abadi Grobogan."

c) *Publisitas (Publicity)*

Publisitas merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal atau sosial atau olah raga.

d) *Penjualan Pribadi (Personal Selling)*

Penjualan Pribadi merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah.

8. *Lokasi (Place)*

Lokasi (Place) merupakan sebuah aktivitas perusahaan dalam membuat produk yang disediakan untuk konsumen sasaran. Tempat dianggap sangat penting karena saat konsumen membutuhkan produk yang disediakan oleh perusahaan tersebut maka tempatnya jelas dan diketahui banyak orang.⁴⁶

Lokasi bank merupakan tempat diperjual-belikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap permohonan pembiayaan. Hal ini berarti lokasi menjadi salah satu pertimbangan penting dalam mengajukan permohonan pembiayaan.

Oleh karena itu transaksi perbankan dilakukan secara bertatap muka antara nasabah dan petugas bank, maka mendekati lokasi nasabah merupakan salah satu pertimbangan dalam memilih lokasi kantor bank.

⁴⁶ Andrianto and Firmansyah, "Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)."

Pemilihan lokasi harus mempertimbangkan berbagai aspek yang tentunya diarahkan untuk mendorong penjualan dan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Dalam hal penelitian ini, aspek lokasi akan menggunakan konsep pemilihan lokasi menurut Aprih Santoso dan Sri Widowati dengan indikator:⁴⁷

a) Keterjangkauan lokasi

Keterjangkauan lokasi adalah jarak yang mampu dicapai dengan maksimum dari satu wilayah ke wilayah lain. Keterjangkauan tidak hanya tergantung pada jarak tetapi juga tergantung pada sarana dan prasarana penunjang.

b) Kelancaran akses menuju lokasi

Kelancaran akses menuju lokasi adalah kelancaran dalam perjalanan mencapai lokasi yang dituju dari wilayah satu ke wilayah yang lainnya. Kelancaran tidak hanya tergantung pada kelancaran perjalanan tetapi juga pada sarana prasarana penunjang.

c) Kedekatan lokasi

Kedekatan lokasi adalah kedekatan tempat lokasi yang berda di suatu wilayah dengan wilayah lainnya.

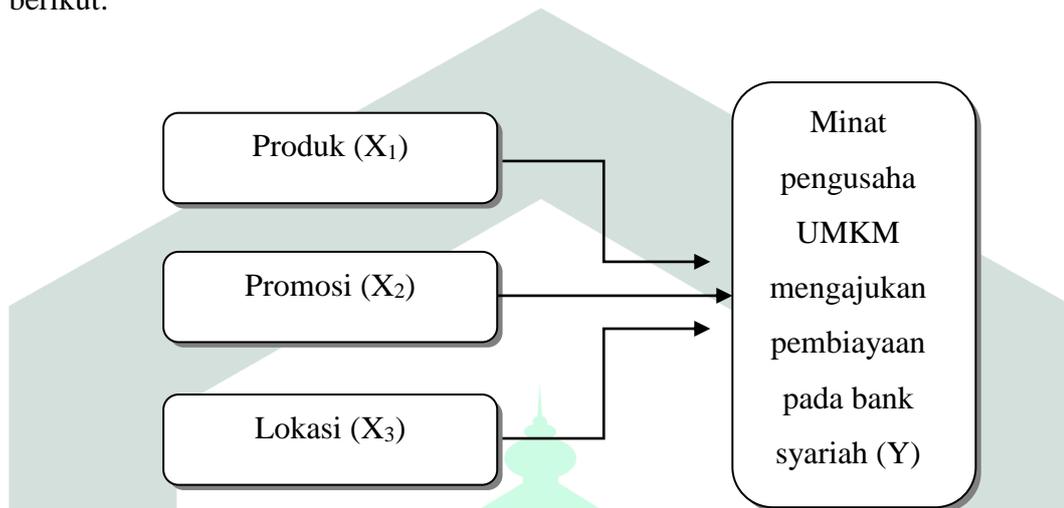
C. Kerangka Pikir

Berdasarkan landasan teori yang telah di uraikan dalam tinjauan pustaka sebelumnya, berikut ini merupakan kerangka pikir yang berfungsi sebagai acuan

⁴⁷ Astik Tarikotillah, "Pengaruh Pengetahuan, Kelompok Acuan, Motivasi, Dan Lokasi Bank Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Melakukan Pembiayaan Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim Di Kota Sirakarta)," 2019.

sekaligus mencerminkan pola pikir yang digunakan sebagai dasar penyusunan dan perumusan hipotesis.

Adapun kerangka pemikiran yang dapat digambarkan ialah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Variabel bebas (X) yaitu Produk (X_1), Promosi (X_2) dan Lokasi (X_3). Kemudian variabel terikatnya (Y) yaitu Minat UMKM, analisa yang dipakai pada penelitian ini memakai uji regresi berganda dimana teknik ini menguji hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh secara parsial serta pengaruh yang simultan antar variabel bebas (X) serta Variabel terikat (Y).

D. Hipotesis

1. H_0 = Produk tidak berpengaruh terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah

H_1 = Produk berpengaruh terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah

2. H_0 = Promosi tidak berpengaruh terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah

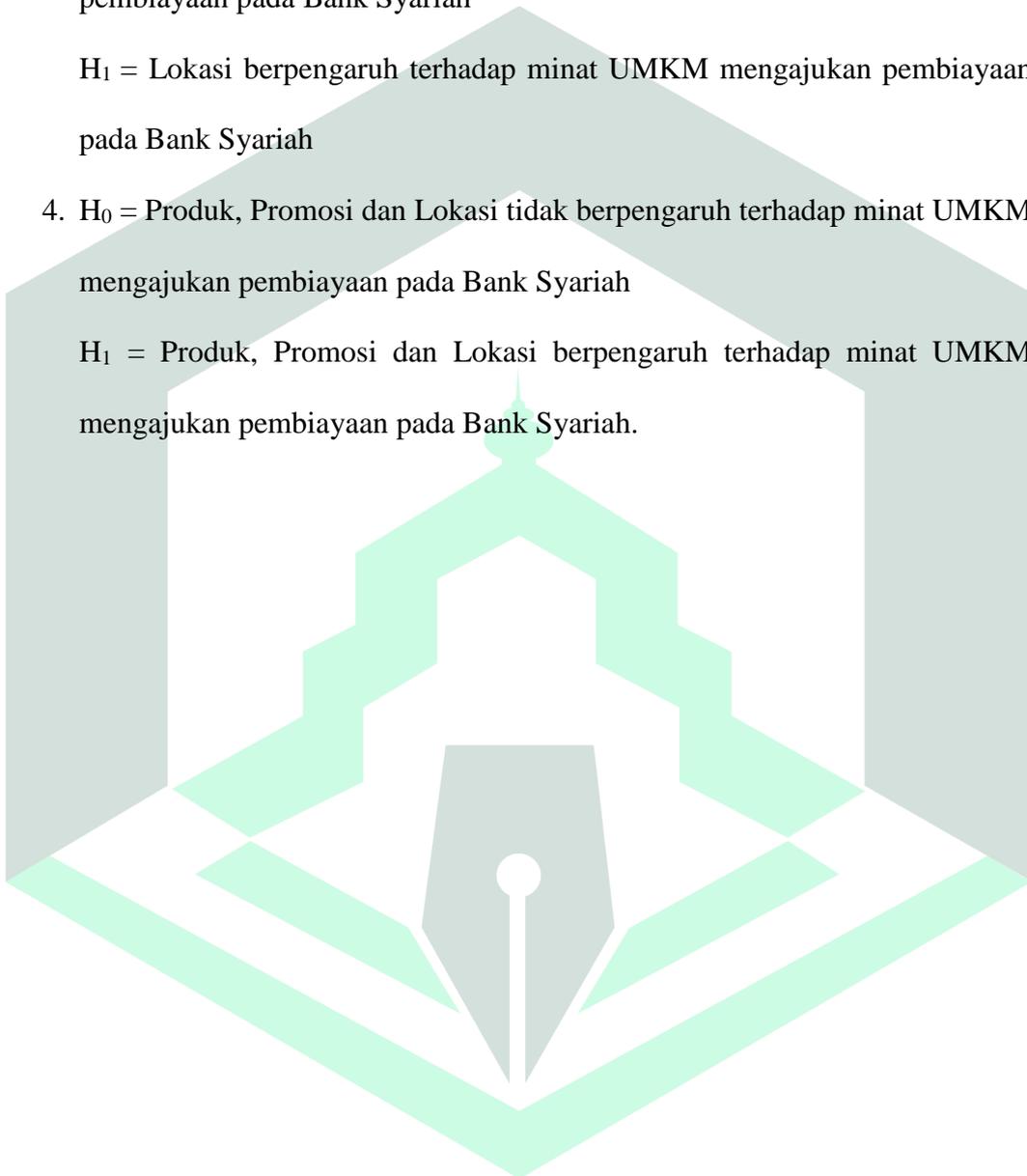
H_1 = Promosi berpengaruh terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah

3. H_0 = Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah

H_1 = Lokasi berpengaruh terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah

4. H_0 = Produk, Promosi dan Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah

H_1 = Produk, Promosi dan Lokasi berpengaruh terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang terstruktur dan mengkuantifikasikan data untuk dapat digeneralisasikan⁴⁸

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan analisis data menggunakan statistik. Menurut Sugiyono penelitian kuantitatif merupakan suatu investigasi yang lebih dominan yang berbentuk angka untuk dianalisis dengan tujuan mendapatkan jawaban dari rumusan masalah dan hipotesis yang ditetapkan.⁴⁹

Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model sistematis, teori-teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada lingkup Kabupaten Luwu Kecamatan Ponrang khususnya di kelurahan Padang Sappa. Adapun waktu penelitian yaitu pada bulan Maret 2022 - selesai.

⁴⁸ Zarah Puspitaningtyas Agung Widhi Kurniawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016).

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta CV, 2016).

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi istilah merupakan penjelasan setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Definisi istilah dalam penelitian ini ialah:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Produk (X ₁)	Produk merupakan semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.	1. Mempunyai keistimewaan tertentu 2. Bentuk atau gaya 3. Kualitas 4. Kemasan 5. Pemberian Merek	Likert (1-5)
Promosi (X ₂)	Promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan	1. Periklanan (<i>Advertising</i>) 2. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>) 3. Publisitas (<i>Publicity</i>)	Likert (1-5)

	untuk memengaruhi mereka supaya membeli barang atau jasa tersebut.	4. Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>)	
Lokasi (X ₃)	Lokasi bank ialah tempat diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan	1. Keterjangkauan lokasi 2. Kelancaran akses menuju lokasi 3. Kedekatan lokasi	Likert (1-5)
Minat (Y)	Minat merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu	1. Dari dalam individu sendiri 2. Berdasarkan informasi teman atau saudara	Likert (1-5)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari unit yang diteliti. Populasi merupakan kumpulan dari individu dengan kualitas ciri-ciri yang telah ditetapkan. Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang, akan tetapi juga bisa organisasi, binatang, hasil karya manusia, dan benda-benda alam yang lain.⁵⁰

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang ada di Kecamatan Ponrang Kabupaten Luwu khususnya di Kelurahan Padang Sappa.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampling. Di sini sampel harus benar-benar bisa mencerminkan keadaan populasi, artinya kesimpulan hasil penelitian yang diangkat dari sampel harus merupakan kesimpulan atas populasi.⁵¹

Adapun cara pengambilan subjek pada penelitian ini adalah dengan teknik *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara kebetulan.⁵² Kebetulan yang dimaksud disini adalah konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti serta dianggap sesuai dengan sumber data.

⁵⁰ Agung Widhi Kurniawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*.

⁵¹ Dkk Hardani, Nur Hikmatul Auliya, *Buku Metode Penelitian Kualitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020).

⁵² Agung Widhi Kurniawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*.

Untuk menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan, dikarenakan besar populasi tidak diketahui, maka besar sampel dihitung menggunakan rumus *Lemeshow* oleh Stanly Lemeshow sebagai berikut:⁵³

$$s = \frac{Z^2 \cdot p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

s = Jumlah sampel yang dibutuhkan

d = Tingkat kesalahan/*sampling error* = 0,05

p = Proporsi estimasi maksimal = 7% = 0,07

Z = Besaran nilai Z ditentukan berdasarkan dengan nilai α , jika $\alpha = 5\%$, maka ditetapkan nilai Z ialah 1,96

$$s = \frac{1,96^2 \cdot 0,07 (1 - 0,07)}{0,05^2}$$

$$s = \frac{3,84 \cdot 0,07 (0,93)}{0,0025}$$

$$s = 99,99$$

Berdasarkan hasil di atas memperoleh nilai 99,99, maka dibulatkan menjadi 100. Sehingga jumlah sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu sebanyak 100 UMKM.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

⁵³ Nuraida, "Respon Nasabah Terhadap Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah Indonesia Kota Palopo," 2021.

Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁵⁴

Adapun teknik pengumpulan datanya yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah suatu teknik atau cara mengumpulkan data yang sistematis terhadap objek penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung.⁵⁵

2. Studi Kepustakaan

Metode dengan mengkaji data-data yang diperoleh dari buku-buku, bahan-bahan referensi, artikel, brosur dan bahan bacaan dari internet yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.

3. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya-jawab dengan responden). Instrumen atau alat pengumpulan data, juga disebut angket atau kuesioner, berisi daftar pertanyaan yang telah disusun secara sistematis yang harus dijawab atau direspon oleh responden sesuai dengan persepsinya.⁵⁶

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada.⁵⁷ Teknik pengumpulan data melalui dokumen-dokumen seperti arsip, catatan, buku, jurnal, surat kabar, majalah,

⁵⁴ Hardani, Nur Hikmatul Auliya, *Buku Metode Penelitian Kualitatif Dan Kualitatif*.

⁵⁵ Hardani, Nur Hikmatul Auliya, *Buku Metode Penelitian Kualitatif Dan Kualitatif*.

⁵⁶ Agung Widhi Kurniawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*.

⁵⁷ Hardani, Nur Hikmatul Auliya, *Buku Metode Penelitian Kualitatif Dan Kualitatif*.

internet dan lain sebagainya. Metode ini digunakan untuk menggali data-data sekunder yang bersumber dari literatur atau dokumen-dokumen yang berhubungan dengan kajian penelitian.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat ukur yang digunakan dalam penelitian, yaitu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena (variabel) yang diamati.⁵⁸ Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini ialah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁵⁹

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala likert 5 poin yaitu:

1. SS : Sangat Setuju = 5
2. S : Setuju = 4
3. N : Netral = 3
4. TS : Tidak Setuju = 2
5. STS : Sangat Tidak Setuju = 1

G. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah valid atau tidak suatu angket. Jika angket ini mampu menyampaikan sesuatu yang telah diukur oleh anket tersebut maka datanya dikatakan valid. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka

⁵⁸ Agung Widhi Kurniawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*.

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

pertanyaan dikatakan valid. Apabila alat ukur yang digunakan untuk mengukur data itu sah maka instrumen yang didapatkan juga sah. Standar validitas $> 0,197$ sehingga jika pertanyaan mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ bahwa setiap pertanyaan dikatakan sah. Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini dengan 59 responden.

Tabel 3.2 Uji Validitas

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Ket
Produk (X ₁)	1	0,913	0,197	Valid
	2	0,608	0,197	Valid
	3	0,761	0,197	Valid
	4	0,839	0,197	Valid
	5	0,832	0,197	Valid
Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Ket
Promosi (X ₂)	1	0,862	0,197	Valid
	2	0,886	0,197	Valid
	3	0,894	0,197	Valid
	4	0,796	0,197	Valid
Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Ket
Lokasi (X ₃)	1	0,845	0,197	Valid
	2	0,935	0,197	Valid
	3	0,902	0,197	Valid
Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Ket
Minat (Y)	1	0,816	0,197	Valid
	2	0,933	0,197	Valid
	3	0,891	0,197	Valid

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 22

2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas ialah untuk menilai indikator dari variabel yaitu anket. Sebuah kuesioner dikatakan realible atau dapat diandalkan jika jawaban responden terhadap pertanyaan itu sesuai atau seimbang dari waktu ke waktu SPSS menyediakan fasilitas untuk mengukur reabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan relible apabila diberikan nilai $\alpha > 0,6$.⁶⁰

Tabel 3.3 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpa	Ket
1	Produk (X ₁)	0,853	Realiabel
2	Promosi (X ₂)	0,881	Realiabel
3	Lokasi (X ₃)	0,873	Realiabel
4	Minat (Y)	0,854	Realiabel

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 22

H. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat simpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁶¹

1. Uji Asumsi Klasik

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

⁶¹ Hardani, Nur Hikmatul Auliya, *Buku Metode Penelitian Kualitatif Dan Kualitatif*.

- a. Uji normalitas dipakai dalam menguji apakah pada model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal.⁶² Pada uji normalitas ini untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal ataukah tidak, yaitu menggunakan uji statistik kolmogorof smirnov dimana apabila $\text{sig} > 0,05$ maka data berdistribusi normal begitu juga sebaliknya jika $\text{sig} < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.
- b. Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas.⁶³ Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:
- 1) Mempunyai angka tolerance di atas ($>$) 0,1
 - 2) Mempunyai nilai VIP dibawah ($<$) 10
- c. Uji Heteroskedastisitas yaitu varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Namun kebalikannya, jika varian variabel dalam model regresi memperoleh nilai yang sama (konstan) maka disebut homoskedastisitas.

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.⁶⁴

2. Uji Regresi Linier Berganda

⁶² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, Delapan. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016).

⁶³ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*.

⁶⁴ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*.

Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas. Metode ini adalah teknik yang digunakan untuk mengukur efek dua atau lebih variabel independen pada variabel dependen tunggal yang diukur pada skala rasio.⁶⁵ Serta untuk mendapatkan tingkat akurasi dan dapat mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikansi antara Produk (X_1), Promosi (X_2) dan Lokasi (X_3) terhadap Minat UMKM (Y).

Persamaan umum regresi linier berganda sebagai berikut:⁶⁶

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (Minat UMKM)

a = bilangan konstanta

b₁ = Koefisien 1

b₂ = Koefisien 2

b₃ = Koefisien 3

X₁ = Variabel bebas 1 (Produk)

X₂ = Variabel bebas 2 (Promosi)

X₃ = Variabel bebas 3 (Lokasi)

e = Standar Error

3. Uji Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai dugaan mengenai suatu hal, atau hipotesis merupakan jawaban sementara suatu masalah, atau juga hipotesis

⁶⁵ Hardani, Nur Hikmatul Auliya, *Buku Metode Penelitian Kualitatif Dan Kualitatif*.

⁶⁶ Jaswandi, "Pengaruh Keyakinan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bprs Gala Mitra Abadi Grobogan."

dapat diartikan sebagai kesimpulan sementara tentang hubungan suatu variabel dengan satu atau lebih variabel yang lain.⁶⁷

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara sama-sama (simultan) terhadap variabel terikat dipakai uji anova atau F-test. Sedangkan pengaruh pada tiap-tiap variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan memakai uji t statistik.

a) Uji t (secara parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen.⁶⁸

Uji t dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah Produk, Promosi dan Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap Minat UMKM pada Bank Syariah.

- 1) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel produk, promosi dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat UMKM pada Bank Syariah.
- 2) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya masing-masing produk, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat UMKM pada Bank Syariah.

Signifikansi pengujian Uji t dengan nilai signifikansi alfa Jika nilai $\alpha < 0,05$, maka H_0 ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai

⁶⁷ Nuryadi et al., *Buku Ajar Dasar-Dasar Statistik Penelitian*, 2017.

⁶⁸ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*.

signifikansi $\alpha > 0,05$, maka H_0 diterima yang berarti bahwa tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

b) Uji f (secara simultan)

Uji f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.⁶⁹ Jadi uji F ini digunakan untuk mengetahui bahwa suatu kelayakan dari data dengan membandingkan besarnya angka f_{hitung} dengan f_{tabel} . “Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka ditolak dan apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka diterima”.

- 1) Apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka keputusannya menerima hipotesis nol (H_0), artinya variabel produk, promosi dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat UMKM pada Bank Syariah.
- 2) Apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka keputusannya menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_1), artinya variabel produk, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat UMKM pada Bank Syariah. Signifikansi pengujian Uji f dengan signifikansi nilai alfa Jika nilai $\alpha < 0,05$, maka H_0 ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai signifikansi $\alpha > 0,05$, maka H_0 diterima yang berarti bahwa tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

⁶⁹ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*.

Koefisien determinasi (R^2) digunakan “untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen”.⁷⁰

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel independen. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi kita akan bisa menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Nilai R Square (R^2) menunjukkan koefisien determinasi yang mengukur besar presentase perubahan variabel terikat yang diakibatkan oleh variabel bebas secara bersama-sama.



⁷⁰ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Wilayah Kelurahan Padang Sappa merupakan salah satu wilayah pemerintah Kecamatan Ponrang Kabupaten Luwu, dengan luas 14,39 km, dengan jumlah penduduk sekitar 5.254 jiwa yang tersebar di empat wilayah atau lingkungan yang ada di Kelurahan Padang Sappa, diantaranya ialah:

- 1) Lingkungan Padang Lambe
- 2) Lingkungan Pelita
- 3) Lingkungan Padang Cenrana
- 4) Lingkungan Rotto

Kelurahan Padang Sappa dibatasi oleh beberapa desa di sekitarnya antara lain:

- 1) Batas kelurahan Padang Sappa di sebelah Timur berbatasan dengan Desa Tomale
- 2) Batas kelurahan Padang Sappa di sebelah Barat berbatasan dengan Desa Buntu Batu
- 3) Batas kelurahan Padang Sappa di sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Padang Subur
- 4) Batas kelurahan Padang Sappa di sebelah Utara berbatasan dengan Desa Buntu Kamiri

Berdasarkan letak geografis Kelurahan Padang Sappa, dapat diketahui bahwa kondisi lingkungan (alamnya) ialah: sebagian besar merupakan tanah persawahan dengan klasifikasi tanah yang subur yang di kelolah oleh masyarakat sebagai petani untuk persawahan mencari nafkah demi untuk memenuhi kebutuhan keluarganya. Dengan keadaan tanah tersebut, maka Kelurahan Padang Sappa mengalami dua musim yaitu musim hujan dan musim kemarau, dimana musim hujan biasanya berlangsung dari bulan September hingga bulan April, sedangkan musim kemarau biasanya berlangsung dari bulan Mei hingga Agustus yang selalu terjadi sepanjang tahun.

Tanah di Kelurahan Padang Sappa dapat di klasifikasikan tanah persawahan seluas 520 ha dan tanah kering seluas 230 ha². Demikianlah gambaran secara umum mengenai keadaan geografi Kelurahan Padang Sappa Kecamatan Ponrang Kabupaten Luwu.

Adapun jumlah penduduk yang ada di setiap lingkungannya yaitu:

- 1) Lingkungan Padang Lambe jumlah penduduknya sekitar 1.230 jiwa
- 2) Lingkungan Pelita jumlah penduduknya sekitar 1.303 jiwa
- 3) Lingkungan Padang Cenrana jumlah penduduknya sekitar 1.261 jiwa
- 4) Lingkungan Rotto jumlah penduduknya sekitar 1.460 jiwa

Berdasarkan keterangan di atas, dapat dilihat bahwa Lingkungan yang terbanyak penduduknya adalah Lingkungan Rotto dengan jumlah penduduk sekitar 1.460 jiwa. Umumnya penduduk yang ada di Kelurahan Padang Sappa Kecamatan Ponrang Kabupaten Luwu mayoritas

penduduknya bermata pencaharian sebagai petani, ada juga yang berprofesi sebagai PNS, tukang, wiraswasta dan pedagang.

Tabel 4.1 Sarana Perdagangan di Kecamatan Ponrang, 2021

Desa/Kelurahan	Minimarket / Swalayan	Toko / Warung Kelontong	Restoran / Rumah Makan	Warung / Kedai Makanan
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Padang Subur	2	55	2	10
Padang Sappa	1	51	2	6
Tumale	-	13	-	1
Maladimeng	-	25	-	1
Buntu Kamiri	-	25	-	3
Buntu Nanna	-	12	-	1
Tirowali	-	23	-	2
Mario	-	18	-	3
Tampa	-	8	-	2
Parekaju	-	45	-	3
Jumlah	3	275	4	32

Sumber : BPS, Pendataan Potensi Desa (Podes) 2021

2. Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tujuan dari uji Normalitas ini yaitu menguji tingkat signifikan antar variabel bebas atau independen terhadap variabel terikat atau dependen yang menghasilkan distribusi normal ataukah tidak yang terdapat dalam penelitian. Pada penelitian ini memakai uji *One-Sample Kolmogorov-*

Smirnov. Dalam hal ini untuk melihat apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05. Adapun hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* Sebagai Berikut.

Tabel 4.2 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.24197361
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.069
	Negative	-.082
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.091 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa uji normalitas data dengan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* memperoleh hasil nilai signifikan sebesar 0,091. Hasil tersebut lebih besar dari nilai signifikan 0,05 atau $0,091 > 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa uji normalitas data dari penelitian ini ialah terdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas ini yaitu untuk melihat apakah terjadi interterkorelasi (hubungan yang kuat) antar variabel independen. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi interkorelasi antara variabel independen (tidak terjadi gejala multikolinearitas). Pada penelitian

ini untuk melakukan uji multikoloniaritas memakai metode *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum dipaka dalam melihat adanya multikoloniaritas yaitu nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF 10.

Adapun hasil uji multikoloniaritas pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.3 Uji Multikoloniaritas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1.310	.690		1.898	.061		
	Produk	.236	.066	.326	3.569	.001	.417	2.400
	Promosi	.219	.090	.283	2.439	.017	.257	3.892
	Lokasi	.262	.080	.303	3.278	.001	.406	2.466

a. Dependent Variable: Minat

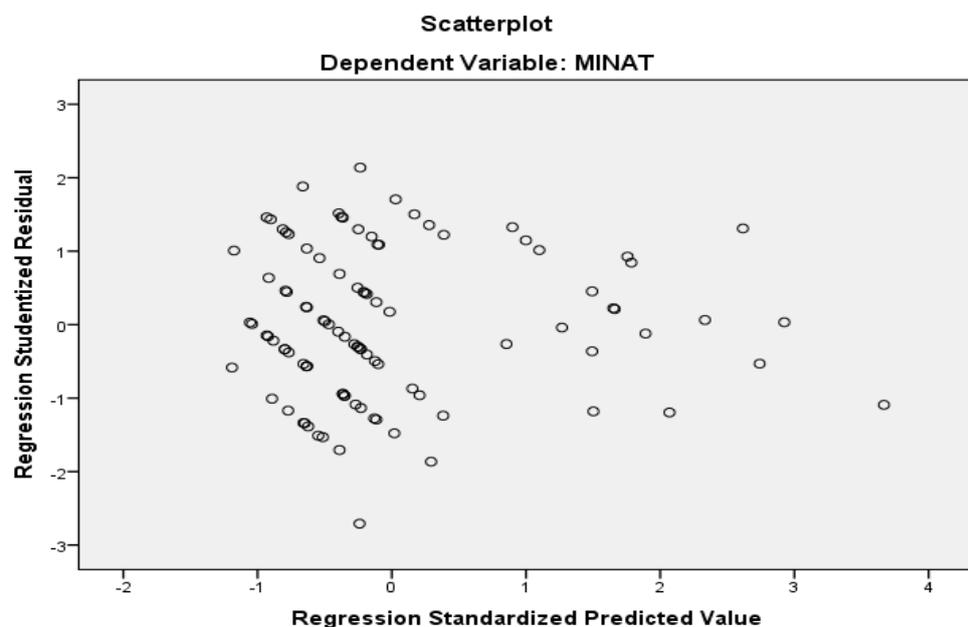
Sumber: Diolah menggunakan SPSS 22

Dari hasil uji multikoloniaritas didapat nilai VIF pada variabel produk (X_1) sebesar 2,400, variabel promosi (X_2) sebesar 3,892 dan variabel lokasi (X_3) sebesar 2,466 lebih kecil dari pada 10 atau ($2,400 < 10$), ($3,892 < 10$) dan ($2,466 < 10$) sedangkan nilai *Tolerance* pada variabel produk (X_1) sebesar 0,417, variabel promosi (X_2) sebesar 0,257 dan variabel lokasi (X_3) sebesar 0,406 lebih besar dari 0,10 atau ($0,417 > 0,10$), ($0,257 > 0,10$) dan ($0,406 > 0,10$), sehingga dapat disimpulkan bahwasanya tidak terjadi gejala multikoloniaritas antar variabel independen.

3) Uji Heterokedastisitas

Tujuan dari uji heterokedastisitas ini yaitu untuk menguji apakah pada model regresi yang terbentuk terjadi ketidaksamaan varian dari residual model regresi. Data yang baik yaitu penelitian data yang tidak terjadi heterokedastisitas atau data yang terjadi homoskedastisitas. Homoskedastisitas terjadi jika varian variabel untuk model regresi mempunyai nilai yang sama atau konstan. Heterokedastisitas berarti varian variabel gangguan yang tidak konstan. Salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam model regresi yang baik yaitu tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Untuk uji heterokedastisitas dalam penelitian ini memakai metode *scatterplot*.

Adapun hasil uji heterokedastisitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut.



Sumber: *Diolah menggunakan SPSS 22*

Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan output scatterplot diatas dapat dilihat bahwa:

- a) Titik-titik data penyebaran di atas dan bawah atau di sekitar angka 0.
- b) Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
- c) Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- d) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan memakai metode *scatterplot* dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

b. Uji Linear Regresi Berganda

Untuk pengujian apakah ada pengaruh tiap-tiap variabel produk (X_1), promosi (X_2) dan lokasi (X_3) terhadap minat UMKM (Y). Maka dari itu akan dilakukan regresi linear berganda yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.4 Uji Linear Regresi Berganda

		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
Model		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1.310	.690	
	Produk	.236	.066	.326
	Promosi	.219	.090	.283
	Lokasi	.262	.080	.303

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 22

Dari tabel diatas dapat diketahui koefisien variabel produk sebesar 0,236, variabel promosi sebesar 0,219 dan variable lokasi sebesar 0,262

dengan konstanta 1,310 sehingga diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,310 + 0,236 (X_1) + 0,219 (X_2) + 0,262 (X_3) + e$$

Y : Variabel dependen (Minat UMKM)

X₁ : Variabel independen (Produk)

X₂ : Variabel independen (Promosi)

X₃ : Variabel independen (Lokasi)

e : Variabel Residu

Dari hasil persamaan ini menunjukkan bahwa Nilai koefisien beta pada variabel produk (X₁) sebesar 0,236 dan bertanda positif yang berarti tingkat produk memiliki hubungan yang searah dengan minat UMKM. Sehingga, setiap kenaikan tingkat produk 1% maka akan menaikkan minat UMKM dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah sebesar 23,6% dengan asumsi X₂ dan X₃ tetap.

Nilai koefisien beta pada variabel promosi (X₂) sebesar 0,219 artinya setiap kenaikan variabel promosi sebesar 1% maka akan mengakibatkan peningkatan minat UMKM dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah sebesar 21,9% dengan asumsi X₁ dan X₃ tetap.

Nilai koefisien beta pada variabel lokasi (X₃) sebesar 0,262 yang artinya setiap kenaikan variabel lokasi sebesar 1% maka akan mengakibatkan peningkatan minat sebesar 26,2% satuan dengan asumsi X₁ dan X₂ tetap begitu pula sebaliknya.

c. Uji Hipotesis

1) Uji t

Tabel 4.5 Uji t

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.310	.690		1.898	.061
	Produk	.236	.066	.326	3.569	.001
	Promosi	.219	.090	.283	2.439	.017
	Lokasi	.262	.080	.303	3.278	.001

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 22

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dasar pengambilan keputusan: a. Jika nilai sig < 0,05, atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. b. Jika nilai sig > 0,05, atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Diketahui bahwa t tabel untuk $df = n - k = 100 - 4 = 96$ dengan signifikansi 5% (0,05) adalah $t_{tabel} = 1,661$. Untuk melihat apakah hipotesis yang diajukan adalah signifikan atau tidak, maka harus membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Dimana jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 dapat diterima, sebaliknya $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak.

- a) Pengaruh Produk terhadap minat UMKM Padang Sappa dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah

H_0 = Ada pengaruh tidak signifikan produk terhadap minat UMKM dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.

H_1 = Ada pengaruh signifikan produk terhadap minat UMKM dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.

Berdasarkan hasil dari uji t variabel produk memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,569 > 1,661$) maka H_0 ditolak serta H_1 diterima.

Dan diketahui juga nilai sig $0,001 < 0,05$. Maka hipotesis 1 teruji sehingga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM Padang Sappa dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.

b) Pengaruh Promosi terhadap minat UMKM Padang Sappa dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah

H_0 = Ada pengaruh tidak signifikan promosi terhadap minat UMKM dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.

H_1 = Ada pengaruh signifikan promosi terhadap minat UMKM dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.

Dari hasil dari uji t variabel promosi memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,439 > 1,661$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dan diketahui juga nilai sig $0,017 > 0,05$. Maka hipotesis 0 teruji maka disimpulkan promosi berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap minat UMKM Padang Sappa dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.

c) Pengaruh Lokasi terhadap minat UMKM Padang Sappa dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah

H_0 = Ada pengaruh tidak signifikan lokasi terhadap minat UMKM dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.

H_1 = Ada pengaruh signifikan lokasi terhadap minat UMKM dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.

Berdasarkan hasil dari uji t variabel lokasi memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,278 > 1,661$) maka H_0 ditolak serta H_1 diterima.

Dan diketahui juga nilai sig $0,001 < 0,05$. Maka hipotesis 1 teruji sehingga lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM Padang Sappa dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.

2) Uji f

Tabel 4.6 Uji f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	306.053	3	102.018	64.134	.000 ^b
	Residual	152.707	96	1.591		
	Total	458.760	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Produk, Promosi

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 22

Tujuan dari uji f untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh simultan (bersama-sama) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika nilai sig $< 0,05$, atau $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
- Jika nilai sig $> 0,05$, atau $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Diketahui bahwa t tabel untuk uji f dengan rumus $df1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$ dan $df2 = n - k = 100 - 4 = 96$ dengan signifikansi 5% (0,05) adalah $f_{tabel} = 2,699$.

Dari hasil tabel ANOVA didapatkan nilai f_{hitung} sebesar 64,134 serta f_{tabel} sebesar 2,699 sehingga dapat dilihat bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($64,134 > 2,699$), diketahui nilai signifikan ($0,000 < 0,05$) dan hasil menunjukkan H_0 ditolak serta H_1 diterima. Maka disimpulkan bahwa variabel produk (X_1), promosi (X_2) dan lokasi (X_3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817 ^a	.667	.657	1.261

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Produk, Promosi

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui R Square 0,667 atau 66,7%. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel bebas yaitu produk, promosi dan lokasi mampu menjelaskan variabel terikat yaitu minat UMKM. Sedangkan sisanya sebesar ($100\% - 66,7\% = 33,3\%$) dijelaskan oleh variabel lain.

B. Pembahasan

Pada bagian ini membahas tentang hasil penelitian yang sudah dilakukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian yaitu Apakah produk berpengaruh terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah?, Apakah

promosi berpengaruh terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah?, Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah? dan Apakah produk, promosi dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah?

Untuk menjawab semua rumusan masalah penelitian maka peneliti memakai data primer dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu penyebaran angket atau kuesioner kepada responden dengan sampel yang sudah ditentukan sebanyak 100 sampel. Selanjutnya data yang sudah diperoleh di analisis dengan memakai bantuan SPSS 22 dalam memudahkan peneliti untuk mengelola data penelitian tersebut. Analisis data yang dipakai pada penelitian ini menggunakan beberapa tahap pengujian yaitu diantaranya adalah Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas serta Uji Heterokedastisitas. Selanjutnya memakai analisis Regresi Linear Berganda serta kemudian menggunakan Uji Hipotesis yang terdiri dari Uji Parsial (Uji t), uji simultan (uji F), dan Uji Koefisien Determinasi.

1. Pengaruh Produk terhadap minat UMKM dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah

Berdasarkan hasil dari uji t variabel produk memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,569 > 1,661$) maka H_0 ditolak serta H_1 diterima. Kemudian diketahui nilai sig $0,001 < 0,05$. Maka hipotesis 1 teruji dan diketahui dari hasil regresi linear berganda di ketahui Koefisien $B_1 = 0,236$ sehingga dapat disimpulkan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap

minat UMKM Padang Sappa dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu oleh Umi Nurrohmah Khasanah (2021) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh secara signifikan antara kualitas produk dengan minat nasabah dimana hasil dari nilai t_{hitung} kualitas produk (X_1) sebesar 1,013 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,313 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,98498. Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $1,013 < 1,98498$, yang artinya H_0 diterima H_a ditolak dengan kata lain kualitas produk (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah (Y) pada pembiayaan ijarah.

2. Pengaruh Promosi terhadap minat UMKM dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah

Dari hasil dari uji t variabel promosi memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,439 > 1,661$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kemudian dapat dilihat juga nilai sig $0,017 > 0,05$. Maka hipotesis 0 teruji dan dari hasil regresi linear berganda di ketahui Koefisien $B_2 = 0,219$ sehingga dapat disimpulkan promosi berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap minat UMKM Padang Sappa dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu oleh Umi Nurrohmah Khasanah (2021) yang menyatakan bahwa ada pengaruh secara signifikan antara promosi dengan minat nasabah dimana hasil dari nilai t_{hitung} promosi (X_2) sebesar 2,387 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,019 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,98498. Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau

2,387 > 1,98498, yang artinya H_0 ditolak H_a diterima dengan kata lain promosi (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah (Y) pada pembiayaan ijarah. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Zikriatul Ulya (2020) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat UMKM mengambil pembiayaan perbankan syariah di Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh nilai sig sebesar 0,000. Berdasarkan ketentuannya jika nilai sig < 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka terdapat kontribusi yang signifikan promosi terhadap minat UMKM mengambil pembiayaan perbankan syariah di Kota Langsa

3. Pengaruh Lokasi terhadap minat UMKM dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah

Berdasarkan hasil dari uji t variabel lokasi memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,278 > 1,661$) maka H_0 ditolak serta H_1 diterima. Dan diketahui juga nilai sig $0,001 < 0,05$. Maka hipotesis 1 teruji dan diketahui dari hasil regresi linear berganda di ketahui Koefisien $B_3 = 0,262$ sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM Padang Sappa dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu oleh Nurul Azmi, Muhammad Haris Riyaldi (2019) dan Astik Tartikotillah (2017) yang mengemukakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Dimana dalam Astik Tartikotillah menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen

keputusan menggunakan produk pembiayaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai probabilitas sig. $0,000 < 0,05$ dengan nilai koefisiennya 0,737.

4. Pengaruh Produk, Promosi dan Lokasi terhadap minat UMKM dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah

Berdasarkan dari hasil tabel ANOVA menunjukkan nilai f_{hitung} sebesar 64,134 serta f_{tabel} sebesar 2,699 sehingga dapat dilihat bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($64,134 > 2,699$), diketahui nilai signifikan ($0,000 < 0,05$) dan hasil menunjukkan H_0 ditolak serta H_1 diterima. Maka disimpulkan bahwa variabel produk (X_1), promosi (X_2) dan lokasi (X_3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah. diketahui R Square 0,667 atau 66,7%. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel bebas yaitu produk, promosi dan lokasi mampu menjelaskan variabel terikat yaitu minat UMKM. Sedangkan sisanya sebesar ($100\% - 66,7\% = 33,3\%$) dijelaskan oleh variabel lain.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan mengenai pengaruh produk, promosi dan lokasi terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Dari hasil uji t variabel produk memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,569 > 1,661$) maka H_0 ditolak serta H_1 diterima. Dan diketahui juga nilai sig $0,001 < 0,05$. Maka hipotesis 1 teruji sehingga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM Padang Sappa dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.
2. Dari hasil uji t variabel promosi memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,439 > 1,661$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dan diketahui juga nilai sig $0,017 > 0,05$. Maka hipotesis 1 teruji maka disimpulkan promosi berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap minat UMKM Padang Sappa dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.
3. Dari hasil uji t variabel lokasi memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,278 > 1,661$) maka H_0 ditolak serta H_1 diterima. Dan diketahui juga nilai sig $0,001 < 0,05$. Maka hipotesis 1 teruji sehingga lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM Padang Sappa dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.
4. Dari hasil uji f diketahui bahwasanya nilai f_{hitung} sebesar 64,134 serta f_{tabel} sebesar 2,699 sehingga dapat dilihat bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($64,134 > 2,699$),

diketahui nilai signifikan ($0,000 < 0,05$) dan hasil menunjukkan H_0 ditolak serta H_1 diterima. Maka disimpulkan bahwa variabel produk (X_1), promosi (X_2) dan lokasi (X_3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.

B. Saran

Bagi Bank Syariah diharapkan hendaknya lebih banyak melakukan kegiatan sosialisasi mengenai produk pembiayaan kepada masyarakat khususnya pada UMKM Padang Sappa, serta diharapkan kepada Bank Syariah agar membuka cabang khususnya di daerah Padang Sappa. Sehingga dengan ini akan membantu meningkatkan minat UMKM untuk mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.

Bagi UMKM khususnya UMKM yang ada di Padang Sappa diharapkan agar menggunakan produk pembiayaan usaha di Bank Syariah agar bisa mengurangi transaksi riba yang diterapkan oleh bank konvensional.

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk pelaksanaan penelitian yang akan datang. Serta dapat menambahkan variabel selain yang dibahas pada penelitian ini, karena masih banyak faktor lain yang mempengaruhi minat UMKM dalam mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianty, Nonie, Desi Isnaini, and Amimah Oktarina. *Lembaga Keuangan Syariah. Penerbit CV Zigie Utama*, 2020.
- Agung Widhi Kurniawan, Zarah Puspitaningtyas. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016.
- Andrianto, and M. Anang Firmansyah. "Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)." *CV. Penerbit Qiara Media* (2019).
- Daniati, Nia. "Faktor Penghambat Minat Masyarakat Betungan Pembiayaan Pada Bank Syariah." *Ekonomi* (2018).
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Proqram IBM SPSS 23. Delapan*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Gita, Silvia. "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Atas Bunga, Bagi Hasil Dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Pembiayaan BPTN Syariah," 2021.
- Gusman, Fipoelidia. "Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Minat Pengusaha UMKM Mengajukan Pembiayaan Pada Bank Syariah" (2021).
<https://repo.iainbatusangkar.ac.id/xmlui/handle/123456789/23926>.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Dkk. *Buku Metode Penelitian Kualitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020.
- Mahalizikri, Irawan Fakhruddin, Nelly Agus Tantiana. "Pengaruh Pembiayaan UED-SP Terhadap Efektivitas Usaha Masyarakat Desa Pada Bidang

- Pertanian Kecamatan Bantan.” *Jurnal Akuntansi Syariah* 4 (2020)
<https://doi.org/10.46367/jas.v4i1.198>.
- Islam, Ilmu. “Portal Belajar Agama Islam.” Last modified 2022.
<https://ilmuisla.id/hadits/2858/hadits-abu-daud-nomor-2936>.
- Jaswandi, Khoirul. “Pengaruh Keyakinan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bprs Gala Mitra Abadi Grobogan,” 2018.
- Kasma. “Masyarakat Umum.” Wawancara, 2021.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Lilis Sulastri. *Manajemen Usaha Kecil Menengah*. LGM - LaGood's Publishing. Vol. 1999, 2016.
- Lutfiyanti, Nila. “Pengaruh Kompetensi Pedagogik Guru Dan Disiplin Kerja Guru Terhadap Minat Belajar Siswa (Penelitian Survey Terhadap Siswa Pada Mata Pelajaran Ekonomi Kelas XI IPS SMA/MA Se-Wilayah Kecamatan Singaparna Tahun Ajaran 2018/2019).” Universitas Siliwangi, 2019.
- Muhamad. *Manajemen Keuangan Syariah: Analisis Fiqh & Keuangan*. Edited by Muhamad. Kedua. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016.
- Nafidatun, Nafi'ah Arisma. “Peran BSM KCP Tulungagung Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Perekonomian UMKM Ayam Geprek 3D Di Desa Bago Tulungagung.” *LPPL* (2020). <http://blog.iain-tulungagung.ac.id>.
- Nasution, Muhammad Lathief Ilhamy. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. FEBI UIN-SU Press. Medan, 2018.

Niza, Tarwiyatun. "Pengaruh Persepsi Citra Merek, Dan Periklanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ngunut Tulungagung." IAIN Tulungagung, 2016.

Nopitasari, Eka. "Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah." *IAIN Surakarta*, 2017.

Nuraida. "Respon Nasabah Terhadap Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah Indonesia Kota Palopo," 2021.

Nurul Azmi dan Muhammad Haris Riyaldi. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Pengusaha Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Mengajukan Pembiayaan Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam 1* (2019): 71–90.

Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, and M. Budiantara. *Buku Ajar Dasar-Dasar Statistik Penelitian*, 2017.

Rahman, Ayuni. "Masyarakat Umum." Wawancara, 2021.

Rawani, Azah. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengusaha Mikro Dalam Mengambil Pembiayaan Modal Usaha Pada Unit Pembiayaan Keuangan Syariah Kecamatan Kluet Tengah - Aceh Selatan." *UIN Ar-Raniry Banda Aceh*, 2019.

RI, Kementerian Agama. *Al-Quran Terjemahan Dan Tajwid*. Edited by Kementerian Agama RI. Bandung: Sygma, 2017.

Rusby, Zulkifli. *Manajemen Perbankan Syariah*. Pusat Kajian Pendidikan Islam

UR, 2017. <http://www.penerbitsalemba.com>.

Salahuddin. *Kecamatan Ponrang dalam Angka 2022*. Luwu: BPS Kabupaten Luwu, 2022.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV, 2016.

Susanto, Ahmad. *Teori Belajar Dan Pembelajaran Disekolah*. Edited by Ahmad Susanto. Cetakan IV. Jakarta: Prenadamedia, 2016.

Tarikotillah, Astik. "Pengaruh Pengetahuan, Kelompok Acuan, Motivasi, Dan Lokasi Bank Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Melakukan Pembiayaan Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim Di Kota Sirakarta)," 2019.

Ulya, Zikriatul. "Pengaruh Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat UMKM Mengambil Pembiayaan Perbankan Syariah Di Kota Langsa." *Jurnal Manajemen dan Keuangan* Vol. 9, no. 3 (2021).

Wijiyanto, Istroatin. "Masyarakat Umum." Wawancara, 2021.

Wulandari, A P. "Faktor-Faktor Penyebab Kurangnya Pemahaman Pelaku Usaha Kecil Kelurahan Betungan Terhadap Produk Pembiayaan Mikro Syariah Pada BNI Syariah." *Skripsi*, 2018.
<http://repository.iainbengkulu.ac.id/3459/>.

Yusmad, H. Muammar Arafat. *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Ke Praktik - Muammar Arafat Yusmad - Google Buku*. CV Budi Utama, 2018.

<https://books.google.co.id/books?id=4oBJDwAAQBAJ&pg=PA38&dq=>

[pengertian+mobile+banking&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwj2t5bj1tTuAhUowzgGHYgmAOIQ6AEwAnoECAIQAg#v=onepage&q=pengertian mobile banking&f=false](https://www.google.com/search?q=pengertian+mobile+banking&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwj2t5bj1tTuAhUowzgGHYgmAOIQ6AEwAnoECAIQAg#v=onepage&q=pengertian+mobile+banking&f=false).

Zain, Irsyadi dan Y. Rahmat Akbar. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*.

Yogyakarta: Deepublish, 2020.



Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.....

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Nama : Tuanda
NIM : 17 0402 0158
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Perguruan Tinggi : Istitut Agama Islam Negeri Palopo

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya mengenai “Pengaruh Produk, Promosi dan Lokasi terhadap Minat UMKM dalam mengajukan Pembiayaan pada Bank Syariah (Studi Kasus pada UMKM di Padang Sappa” Kali ini, saya selaku peneliti meminta kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuesioner. Berikut kuesioner yang saya ajukan, mohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Adapun jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan tidak akan berpengaruh pada diri Bapak/Ibu/Saudara/i karena penelitian ini dilakukan semata-mata untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Atas kesediannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Penulis

Tuanda
17 0402 0158

PROFIL RESPONDEN

Isi dan berikan tanda silang (X) pada kotak yang tersedia dibawah ini.

1. Nama :
2. Nama Usaha (Toko/Kios) :
3. Jenis Usaha (Barang yang dijual) :

A. Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon Bapak/Ibu membaca setiap butir pernyataan dengan cermat.
2. Silahkan beri tanda check list (√) pada kolom yang sesuai dengan pilihan.
3. Untuk setiap butir pernyataan hanya diperbolehkan memilih satu alternative jawaban.
4. Jika ada kesalahan dalam memilih alternative jawaban, beri tanda (X) pada kolom yang salah kemudian beri tanda check list (√) pada kolom yang sesuai.
5. Semua pernyataan yang ada, mohon dijawab tanpa ada satupun yang lewat.

B. Keterangan Jawaban

Skala penilaian adalah senagai berikut:

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

1. Produk

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
Mempunyai Keistimewaan Tertentu						
1	Prosedur pembukaan rekening Bank Syariah mudah dipahami					
Bentuk dan Gaya						
2	Buku tabungan Bank Syariah dilengkapi dengan ATM untuk nasabah					
Kualitas						
3	Bank Syariah memberikan jaminan keamanan pada nasabahnya					
Kemasan						
4	Bank Syariah memiliki produk-produk perbankan yang beragam menarik dan inovatif					
Pemberian Merek						
5	Bank Syariah memberikan kemudahan dalam bertransaksi sehingga memenuhi kebutuhan masyarakat					

2. Promosi

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
Periklanan						

1	Banyaknya media yang digunakan untuk melakukan promosi memudahkan saya untuk memahami Bank Syariah					
2	Saya mudah menemukan spanduk tentang Bank Syariah di wilayah Padang Sappa					
Promosi Penjualan						
3	Saya tertarik menggunakan produk Bank Syariah, karena promosi yang dilakukan oleh Bank syariah kepada masyarakat					
Penjualan Pribadi						
4	Saya tertarik menggunakan jasa Bank Syariah, karena pemberian hadiah yang diberikan oleh Bank Syariah kepada anggotanya					

3. Lokasi

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
Keterjangkauan Lokasi						
1	Bank Syariah berada di lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum					
Kelancaran Akses						
2	Akses menuju lokasi Bank Syariah sangat mudah dan lancar					
Kedekatan Lokasi						
3	Bank Syariah berada di lokasi yang berdekatan dengan rumah masyarakat Padang Sappa					

4. Minat

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
Dari dalam Individu Sendiri						
1	Saya tertarik menggunakan jasa Bank Syariah karena sistem operasional yang digunakan sesuai dengan syariat Islam					
2	Saya tertarik mengajukan pembiayaan di Bank Syariah, karena sistem yang digunakan tanpa bunga					
Berdasarkan Informasi Teman atau Saudara						
3	Akses menuju lokasi Bank Syariah sangat mudah dan lancar					

Lampiran 2 : Hasil Koesioner Penelitian

No.	Nama Responden	Nama Usaha (Toko/Kios)	Jenis Usaha (Barang yang dijual)	X1	X1	X1	X1	X1	X2	X2	X2	X2	X3	X3	X3	Y	Y	Y
				1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3
1	Fikri	Sumber Fajar	Eletronik	4	4	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	4	4	3
2	Hj. Ambo Dalle	Reski Motor	Alat-alat motor	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
3	Tina	Afstore	Pulsa	3	4	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	4	4	3
4	Elvira Rahma	Kios Inzira	Pulsa Biasa dan Token Listrik	4	5	4	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4
5	Basman	Penjual sagu	Sagu	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4
6	Nurhayati	Nurhayati shop	Pakaian	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3
7	Wijiyanto	Tombo Luwe	Ayam Geprek, Kentucky dan lain-lain	2	3	2	2	2	1	1	2	3	3	1	1	3	3	2
8	Algi	Toko Algi	Warung Sembako	2	3	3	2	2	2	1	2	2	3	2	1	3	2	1
9	Farhan	Toko Farhan	Minimarket	2	3	3	4	3	2	2	2	3	2	2	1	3	3	3
10	Ayuni Rahmam	Kios Arsyia	Jajanan Warung	2	4	3	3	3	2	1	2	3	3	2	1	3	2	2
11	H. Udin Sudirman	Toko Tani Subur Jaya	Perlengkapan Tani	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	2	1	3	3	2
12	Aksan	Yamaha	Bengkel	2	4	3	3	2	2	1	2	3	2	1	1	3	2	2
13	Onggo	Onggo Salon	Pangkas Rambut	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	2	1	2	2	1
14	H. Arsang	Apotek Marwa Emas Benteng	Obat, Emas, Barang Sembako dan lain-lain	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	2	1	3	2	2
15	Aisyah	Toko Aisyah	Gamis dan Jilbab	3	4	4	3	2	3	2	2	3	3	2	1	3	2	2
16	Yusuf	Toko Yusuf	Aksesoris, Boneka, Mainan, Baju, dan lain-lain	2	3	3	3	2	2	1	2	3	3	2	1	3	2	2
17	Imah	Warung Makan Coto Makassar	Coto Makassar dan lain-lain	2	4	3	2	2	2	1	1	2	3	2	1	3	2	2
18	Sitti	Pedagang di pasar	Buah bahan dan lain-lain	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2
19	Ahmad	Toko Pakan	Pakan Ayam dll	2	3	2	2	3	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2

		Ayam																
20	Yana	Toko Bangunan Fajar Mas	Perlengkapan Rumah	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	1	3	2	2
21	Ningsih	Penjual Batagor	Batagor	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	3	2	2
22	Rahma Yuni Syahri	Pisang Biasaji	Gorengan	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4
23	Maudi	Kios	Campuran	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3
24	Sumarni	Pejual Pop Ice	Pop Ice dll	2	3	3	2	2	2	1	2	3	3	2	1	3	3	3
25	Zul	Abadi Jaya	Las pagar, kanopi dll	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4
26	Kasma	Pedagang di Pasar	Sayur dan Buah-buahan	2	3	3	2	3	2	1	2	3	3	2	1	3	2	2
27	Mega	Pedagang di Pasar	Buah-buahan	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	1	3	2	3
28	Dilla	Kios Dilla	Warung Sembako	2	4	3	3	2	2	1	2	3	2	2	1	3	2	1
29	Novitasari	Bengkel Nupi	Perlengkapan Motor	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	2	4	5	4
30	Israyanti	Isra Buket	Buket bunga & buket snack	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	4	4
31	Anto	Pedagang Pasar	Elektronik	3	4	3	3	3	3	2	2	3	2	2	1	3	2	2
32	Sandi	Pedagang di Pasar	Bakso Bakar, Dosis Bakar dll	3	4	3	3	3	2	1	2	2	2	3	1	3	2	2
33	Imma	Wasallam	ATK dll	3	4	3	3	3	2	1	2	3	3	2	1	3	3	2
34	Andha	Andha Store	Pulsa, token listrik dll	2	3	3	2	3	2	1	2	3	2	2	1	3	3	2
35	Mirna	Hijab Beauty	Hijab	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4
36	Annisa	Annisa Shop	Pakaian, Aksesoris dll	3	4	3	2	3	2	2	3	3	3	2	1	3	3	3
37	Ahmad	Kios	Kartu Data, Pulsa, Aksesoris hp	4	4	4	4	4	2	1	3	3	1	1	1	3	3	3
38	Nuraini	Toko Aini	Kosmetik	4	4	4	4	4	3	1	3	4	2	1	1	2	3	3
39	Herlina	Kios Al-Fatih	Warung campuran	2	3	3	2	3	2	2	2	2	4	3	2	3	3	2
40	Risma	Kios rii	Campuran	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3
41	Ani	Ani Store	Pakaian dll	2	4	3	3	2	3	2	2	3	3	2	1	3	3	2
42	Tina	Aneka Parfum	Parfum	4	4	4	4	3	2	1	2	2	2	2	1	3	3	2

43	Putri	Kopi Bosqu	Minuman	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	1	3	3	2
44	Jesika	Kios Jesika	Aksesoris, Peralatan Rumah Tangga dll	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2
45	Tia	Warung Tia	Kerupuk	4	4	3	4	4	2	2	2	2	1	2	1	3	3	2
46	Jamiluddin	Bakso Mas Jam	Bakso, Mie Ayam, Sate Ayam dll	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	2	3	3	2
47	Hj Martang	Kios Sahabat	Pakaian, Jilbab dll	2	3	3	3	3	2	2	2	2	4	3	1	3	3	3
48	Jumrina	Toko Jum	Kue Campuran	4	4	3	4	4	2	2	2	3	1	1	1	4	4	2
49	Ratna	Ratna Salon	Salon	2	3	3	2	3	2	1	3	3	3	3	2	3	3	3
50	Wahyu	Wahyu Sport	Perlengkapan olahraga	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2
51	Andini	Dini Florist	Bunga	4	4	3	4	3	2	1	2	2	2	2	1	4	3	4
52	Ningsih	Toko beras	Beras	4	4	3	3	3	2	2	2	2	1	2	1	3	4	3
53	Abd. Rauf	Rauf Kaos	Baju kaos dll	3	4	3	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2
54	Nurmiati	Berkah	Bakso	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3
55	Rania	Kios Namira	Lpg tabung gas	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
56	Iqbal	Iqbal Shop	Sepatu, Sandal dll	2	3	3	2	2	2	1	2	3	2	2	1	3	3	2
57	Icah	Toko Buket	Buket	2	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	3	2	2
58	Fadil	Warung Fadil	Warung Makan Bugis	2	3	2	2	2	3	1	2	2	3	2	1	3	3	3
59	Iin	Warung Mbak Iin	Warung Makan	2	4	3	2	3	3	2	2	3	2	2	1	3	3	2
60	Erni Yanti	Kios Enni	Penjual Pulsa	3	4	3	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2
61	Nurhalima	Toko Berkah	Campuran	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3
62	Herlinda	Linda salon	Make up	5	5	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	5	5
63	Naya	PS Kosmetik	Kosmetik	3	4	3	3	3	2	2	2	3	2	2	1	3	3	3
64	Nia	Toko Almirah	Pakaian, Tas, Sepatu, dll.	3	4	3	3	3	3	2	2	3	2	1	1	2	3	3
65	Hj. Nurhaeni	Khadijah Shop	Perlengkapan sekolah, Jas Hujan, Sepatu, Sandal, dll.	4	3	5	4	2	4	5	4	4	3	4	3	4	5	4
66	Audina	A3 shop	Kosmetik	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4
67	Hadi	Toko Fajar Mas	Perlengkapan Rumah/Bangunan	3	2	3	4	3	2	2	2	3	2	1	1	3	3	3

68	H. Juni	Tani Subur	Pupuk	2	4	3	3	2	2	1	2	3	2	3	1	3	3	2
69	Refal	Raja Kartu	Kartu Data, Kartu Perdana, dll.	2	4	3	2	2	2	1	2	3	2	1	1	2	3	4
70	Ahmad Yaya	Apotek Jakarta	Obat-obatan dll	2	4	3	3	3	2	1	2	3	3	2	1	2	2	3
71	H. Hammatang	Pedagang di Pasar	Buah-buahan, Sayur-sayuran, dll.	3	4	4	3	3	2	2	2	3	2	1	1	3	2	2
72	Laila	Kedai Pink	Aneka makanan dan minuman	3	4	4	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	4	3
73	Jono	Warung Makan Mas Jono	Bakso, Pangsit, dll	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	3
74	Risma	Es Dawet Seger	Es Dawet	3	4	3	2	3	2	1	2	3	1	1	1	4	3	2
75	Dita	Dita shoop	Aksesoris dll	3	4	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	4	3
76	Iccank	Barbershop	Pangkas Rambut dll	2	3	3	3	2	2	1	2	3	3	2	1	3	2	2
77	Fitri	Dua Putri	Bakso, Mie Ayam, Somai, dll	2	4	3	2	2	2	1	2	3	2	1	1	3	2	2
78	H. Beddu	Pedagang Kakao	Kakao (Cokla')	3	4	3	2	2	3	2	2	3	2	1	1	2	2	2
79	Hedding	Kios Sembako	Warung Sembako	2	3	3	3	3	2	1	2	3	2	1	1	3	2	2
80	Mirna	Kedai Nai	Aneka makanan ringan	3	4	4	3	3	3	2	3	2	4	4	3	4	4	4
81	Dian	Dian Cell	Pulsa, voucher, handphone, perlengkapan hp, dll	2	4	3	2	3	2	1	2	2	3	2	1	2	2	2
82	Mayang	Pedagang di pasar	Perabotan RT, dll	3	4	2	3	3	2	1	2	2	2	1	1	4	3	2
83	Rahmawati	Nirwana Meubel dan Elektronik	Meubel dan Elektronik	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4
84	Hasni	Akar Mas	Alat pertanian	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4
85	Muh. Hidayat	Hidayat Sport	Pakaian olahraga, perlengkapan olahraga, dll	2	5	3	2	2	2	1	2	2	2	1	1	3	2	2
86	Nurman	Warung Sembako	Sembako	2	4	3	3	3	3	1	2	2	2	2	1	3	2	1

87	Hj. Peyyang	Pedagang di Pasar	Cabe, Bawang, Sayur-sayuran, Buah-buahan, dll	3	4	3	3	3	2	2	2	3	2	2	1	3	2	3
88	Muh. Alif	Alif Store	Lemari, Meja, dll	2	4	3	2	3	3	2	2	2	3	2	1	4	3	3
89	Eka Putri	Eka Colection	Jilbab, Gamis, Handsock, Kaos Kaki, dll	4	5	3	3	3	4	2	3	3	2	2	1	4	4	3
90	Agustina	Pedagang di Pasar	Pakain, Handuk, Selimut, Seprai, dll	2	3	3	2	3	2	1	2	2	2	1	1	3	2	2
91	Imam	Pedagang di Pasar	Sepatu, Sandal, Tas, dll	2	4	3	3	3	2	1	2	2	2	2	1	2	3	3
92	Andi Rosmini	Pedagang Pinggiran	Nasi Kuning, Sayur Masak, Ikan Bakar, Dll	2	5	3	2	3	3	2	2	3	3	2	1	3	2	2
93	A. Baktiar	Panurkom	Foto copy, print dan perlengkapan atk	3	4	4	3	3	2	2	3	4	2	2	2	4	4	3
94	Fitri Handayani	Fitri Olshop	Baju, Celana, Rok, Jilbab, dll.	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	1	3	2	2
95	Muh Thoriq	Resky Jaya	Bengkel	2	4	3	3	2	2	1	2	3	3	2	2	3	3	2
96	Gibran	Gibran Store	Baju, Celana, Topi, Dasi, dll.	2	3	3	3	3	3	1	3	3	3	2	1	4	3	3
97	Baharuddin	Toko Harapan Bangunan	Bahan Bangunan	3	5	3	3	2	2	1	3	2	3	2	1	3	2	2
98	Andi Kahar	Surya Rempah	Toko Swalayan	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	1	3	2	3
99	Ryan	Urban Distro	Pakaian, dll.	2	4	3	3	3	2	2	2	2	2	1	1	4	3	3
100	Siti Hardillah	Dilla Cell	Pulsa, voucher listrik, dll	4	5	4	3	4	3	2	3	2	3	3	2	4	3	3

Lampiran 3 : Surat Izin Meneliti

	PEMERINTAH KABUPATEN LUWU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU Alamat : Jl. Opu Daeng Risaju No. 1, Belopa Telpn : (0471) 3314115
Nomor : 108/PENELITIAN/11.04/DPMTSP/III/2022 Lamp : - Sifat : Biasa Perihal : <u>Permohonan Izin Penelitian</u>	Kepada Yth. Lurah Padang Sappa di - Tempat
Berdasarkan Surat Dekan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo : B 170 /In.19/FEBI.04/KS.02/03/2022 tanggal 11 Maret 2022 tentang permohonan Izin Penelitian. Dengan ini disampaikan kepada saudara (i) bahwa yang tersebut di bawah ini :	
Nama : Tempat/Tgl Lahir : Nim : Jurusan : Alamat :	Tuanda Pumbau / 02 April 1999 17 0402 0158 Perbankan Syariah Dsn. Pumbau Desa Buntu Batu Kecamatan Bupon
Bermaksud akan mengadakan penelitian di daerah/instansi Saudara (i) dalam rangka penyusunan "Skripsi" dengan judul :	
PENGARUH PRODUK,PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP MINAT UMKM MENGAJUKAN PEMBIAYAAN PADA BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA UMKM DI PADANG SAPPA)	
Yang akan dilaksanakan di KELURAHAN PADANG SAPPA , pada tanggal 22 Maret 2022 s/d 22 Mei 2022	
Sehubungan hal tersebut di atas pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan sbb :	
<ol style="list-style-type: none">1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan harus melaporkan kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan.3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku.4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar copy hasil penelitian kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.5. Surat Izin akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.	
 1 2 0 2 2 1 9 3 1 5 0 0 0 1 1 9 	 Drs. H. RAHMAT ANDIPARANA Pangkat : Pembina Tk. I IV/b NIP : 19641231 199403 1 079
Tembusan : <ol style="list-style-type: none">1. Bupati Luwu (sebagai Laporan) di Belopa;2. Kepala Kesbangpol dan Linmas Kab. Luwu di Belopa;3. Dekan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo;4. Mahasiswa (i) Tuanda;5. Arsip.	

Lampiran 4 : Surat Keterangan telah Meneliti

SURAT KETERANGAN TELAH MENELITI

Kelurahan Padang Sappa, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Tuanda

NIM : 17 0402 0158

Jurusan : Perbankan Syariah

Universitas : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Telah melaksanakan penelitian/riset di Kelurahan Padang Sappa dengan judul skripsi "Pengaruh Produk, Promosi dan Lokasi terhadap Minat UMKM mengajukan Pembiayaan pada Bank Syariah (Studi Kasus pada UMKM di Padang Sappa)".

Demikian surat keterangan yang dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Luwu, 14 Juni 2022

Kelurahan Padang Sappa



KASMAN, S.AN

NIP: 19741109 201001 1003

Lampiran 5 : SK Pembimbing

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO NO : 178 TAHUN 2021
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING PENYUSUNAN DAN PENULISAN SKRIPSI
MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

- I. Nama Mahasiswa : Tuanda
NIM : 17 0402 0158
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
- II. Judul Skripsi : Peran Koperasi Syariah Terhadap Pembiayaan Usaha Kecil dan Menengah
(Studi Kasus di KSPPS Bakti Huria Syariah Cabang Padang Sappa)
- III. Dosen Pembimbing : Muzayyanah Jabani, ST., MM

Palopo, 01 Juli 2021



Rektor
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

Lampiran 6 : Nota Dinas Pembimbing

Muzayyanah Jabani, ST., M.M.

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, November 2022

Lampiran : -
Hal : Skripsi

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini.

Nama	: Tuanda
NIM	: 17 0402 0158
Program Studi	: Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: Pengaruh Produk, Promosi dan Lokasi terhadap Minat UMKM mengajukan Pembiayaan pada Bank Syariah (Studi Kasus pada UMKM di Padang Sappa)

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Wassalam 'alaikum wr. wb.

Pembimbing


Muzayyanah Jabani, ST., M.M.
Tanggal 7 November 2022

Lampiran 7 : Halaman Persetujuan Pembimbing

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul: *Pengaruh Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan pada Bank Syariah (Studi Kasus pada UMKM di Padang Sappa)*

Yang ditulis oleh :

Nama : Tuanda
NIM : 17 0402 0158
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing



Muzayyanah Jabani, ST., M.M.

Tanggal: 7 November 2022

Lampiran 8 : SK Penguji

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO NOMOR : 423 TAHUN 2022
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO

- I. Nama Mahasiswa : Tuanda
NIM : 17.0402.0158
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
- II. Judul Skripsi : **Pengaruh Produk, Promosi dan Lokasi Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan pada Bank Syariah (Stud Kasus pada UMKM di Padang Sappa)**
- III. Tim Dosen Penguji :
- Ketua Sidang : Dr. Takdir, SH., M.H.
Sekretaris : Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.
Penguji Utama (I) : Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek.
Pembantu Penguji (II) : Ishak, M.EI.



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Lampiran 9 : Nota Dinas Tim Penguji

Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A., Ek
Ishak, S.El., M.El
Muzayyanah Jabani, S.T., M.M

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp. :-
Hal : Skripsi Tuanda

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Tuanda
NIM : 17 0402 0158
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Promosi dan Lokasi terhadap Minat UMKM mengajukan Pembiayaan pada Bank Syariah (Studi Kasus pada UMKM di Padang Sappa)

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

1. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A., Ek
Penguji I
2. Ishak, S.El., M.El
Penguji II
3. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M
Pembimbing/Penguji

()
()
()

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Pengaruh Produk, Promosi dan Lokasi terhadap Minat UMKM mengajukan Pembiayaan pada Bank Syariah (Studi Kasus pada UMKM di Padang Sappa) yang ditulis oleh Tuanda NIM 17 0402 0158, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang diujikan dalam seminar hasil pada Rabu tanggal 05 Oktober 2022 yang telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

1. Dr. Takdir, S.H., M.H.
(Ketua Sidang/Penguji)

()

2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A.
(Sekretaris Sidang/Penguji)

()

3. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.a., Ek.
(Penguji I)

()

4. Ishak, S.E.I., M.EI.
(Penguji II)

()

5. Muzayyanah Jabani, s.t., M.M.
(Pembimbing)

()

Lampiran 11 : Tim Verifikasi Naskah Skripsi

TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM PALOPO

NOTA DINAS

Lamp. :

Hal : Skripsi

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Tim verifikasi naskah skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Tuanda

NIM : 17 0402 0158

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Promosi dan Lokasi terhadap Minat UMKM mengajukan Pembiayaan pada Bank Syariah (Studi Kasus pada UMKM di Padang Sappa)

Menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alikum wr. wb.

Tim Verifikasi

1. Hendra Safri, SE., M.M,

Tanggal: 17 November 2022

()

2. Purnamasari, S. E

Tanggal: 18 November 2022

()

Lampiran 12 : Dokumentasi





SKRIPSI TUANDA

by Tuanda Pbs

Submission date: 16-Nov-2022 10:28AM (UTC+0700)

Submission ID: 1955419620

File name: TUANDA.docx (561.22K)

Word count: 9934

Character count: 64337



SKRIPSI TUANDA

ORIGINALITY REPORT

21 %	20 %	9 %	12 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	3 %
2	Submitted to Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Student Paper	2 %
3	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	2 %
4	repo.darmajaya.ac.id Internet Source	2 %
5	ejurnalunsam.id Internet Source	1 %
6	Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Student Paper	1 %
7	www.scribd.com Internet Source	1 %
8	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1 %
9	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1 %



10	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1 %
11	jurnal.radenfatah.ac.id Internet Source	1 %
12	jim.unsyiah.ac.id Internet Source	<1 %
13	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
14	kontrakhukum.com Internet Source	<1 %
15	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
16	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	<1 %
17	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
18	adichelular.wordpress.com Internet Source	<1 %
19	ejournal.ust.ac.id Internet Source	<1 %
20	123dok.com Internet Source	<1 %



21	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<1 %
22	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1 %
23	abqdev.site Internet Source	<1 %
24	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	<1 %
25	pasca-umi.ac.id Internet Source	<1 %
26	eprints.umg.ac.id Internet Source	<1 %
27	repository.uinbanten.ac.id Internet Source	<1 %
28	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %
29	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper	<1 %
30	e-jurnal.stie-ibek.ac.id Internet Source	<1 %
31	jurnal.uisu.ac.id Internet Source	<1 %
32	Submitted to STIE Perbanas Surabaya	



	Student Paper	<1 %
33	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
34	repository.stiewidyagamalumajang.ac.id Internet Source	<1 %
35	caksunan.wordpress.com Internet Source	<1 %
36	id.scribd.com Internet Source	<1 %
37	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
38	core.ac.uk Internet Source	<1 %
39	hvnh.edu.vn Internet Source	<1 %
40	repo.jayabaya.ac.id Internet Source	<1 %
41	repository.unbari.ac.id Internet Source	<1 %
42	www.administrasipublik.com Internet Source	<1 %
43	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1 %



44	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	<1 %
45	jurnal.pancabudi.ac.id Internet Source	<1 %
46	repo.iainbatusangkar.ac.id Internet Source	<1 %
47	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
48	Abdul Jalil, Sitti Azizah Hamzah. "PENGARUH BAGI HASIL DAN KEBUTUHAN MODAL TERHADAP MINAT UMKM MENGAJUKAN PEMBIAYAAN PADA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH DI KOTA PALU", Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, 2020 Publication	<1 %
49	qdoc.tips Internet Source	<1 %
50	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches Off



RIWAYAT HIDUP



Tuanda, lahir di Pumbau pada tanggal 2 April 1999. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan seorang Ayah Biding dan Ibu Kasma. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Jl. Palattae, Dusun Pumbau, Desa Buntu Batu, Kecamatan Bua Ponrang, Kabupaten Luwu, Sulawesi Selatan. Pendidikan Dasar penulis diselesaikan pada tahun 2011 di MIN 01 Buntu Batu. Kemudian, di tahun yang sama penulis menempuh pendidikan di SMP Negeri 1 Noling hingga tahun 2014. Pada tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Bua Ponrang hingga tahun 2017. Pada saat menempuh pendidikan di SMA, penulis aktif dalam kegiatan ekstrakurikuler PMR (Palang Merah Remaja). Setelah lulus SMA di tahun 2017, penulis melanjutkan pendidikan S1 di program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulis berharap dapat melanjutkan pendidikan kejenjang selanjutnya dan meraih cita-cita yang di impikan, Aamiin. Demikian riwayat hidup peneliti.

Contact person penulis: tuanda1_mhs17@iainpalopo.ac.id