PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, KEMUDAHAN AKSES, DAN PROSEDUR BANK TERHADAP MINAT PELAKU UMKM DALAM MENGAJUKAN PEMBIAYAAN DI BANK SYARIAH INDONESIA KC SIBOLGA (STUDI KASUS PELAKU UMKM DI PASAR SIBOLGA NAULI)

PROPOSAL

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dalam Ilmu Perbankan Syariah Program Studi SI Perbankan Syariah

Disusun oleh:

Satrio

NIM: 3322185

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PRODI PERBANKAN SYARIAH KELAS E

UNIVERSITAS SJECH M. DJAMIL DJAMEK BUKITTINGGI

T.A 2026

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi atas nama Satrio dengan NIM 3522185 yang berjudul **"pengaruh pengetahuan produk, kemudahan akses dan prosedur bank terhadap minat pelaku umkm dalam mengajukan pembiayaan di bank syariah indonesia kc sibolga (Studi Kasus Pelaku UMKM Di Pasar Sibolga Nauli)".** Bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat ilmiah dan disetujui untuk diajukan ke sidang munaqasah untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, Juli 2026

Pembimbing

Dr. M. Imamuddin, M.Pd, ME

NIP. 197608012009121002

SURAT PERNYATAAN ORIZINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama	: Satrio
Nim	: 3322185
Tempat / Tanggal lahir	: Sorkam Kanan / 04 Maret 2005
Jurusan / Fakultas	: Perbankan Syariah / Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul skripsi	: Pengaruh pengetahuan produk, kemudahan akses dan prosedur bank terhadap minat pelaku umkm dalam mengajukan pembiayaan di bank Syariah Indonesia KC Sibolga (studi kasus pelaku UMKM di pasar Sibolga Nauli

Menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi) saya dengan judul di atas adalah benar asli karya penulis. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa Skripsi ini bukan karya sendiri, maka penulis bersedia diproses secara hukum yang berlaku dan gelar kesarjanaan penulis dicopot sampai batas waktu yang tidak ditentukan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, Juli 2026

Yang menyatakan,

Satrio

Nim. 3322185

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul "**Pengaruh Pengetahuan Produk, Kemudahan Akses, dan Prosedur Bank Terhadap Minat Pelaku Umkm Dalam Mengajukan Pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga (Studi Kasus Pelaku UMKM di Pasar Sibolga Nauli)**, disusun oleh Satrio, NIM 3322185, Fakultas Eonomi dan Bisnis Islam, Jurusan S1 Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Tahun Akademik 2026.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dalam perkembangan pembangunan ekonomi Indonesia, yang dimana Pasar Sibolga Nauli adalah salah satu pasar yang menjadi pusat aktifitas perbelanjaan di kota sibolga, yang dapat menampung lebih dari seribu umkm. Akan tetapi masih banyak para pelaku umkm yang tidak familiar dengan perbankan syariah sehingga kurangnya minat para pelaku umkm, yang dimana hal tersebut dapat diakibatkan oleh beberapa faktor seperti, pengetahuan produk, kemudahan akses, dan prosedur pembiayaan bank syariah. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari ketiga faktor tersebut terhadap minat para pelaku umkm dalam melakukan pembiayaan di bank syariah

Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian kuantitatif, yang mana populasi dalam penelitian ini berjumlah 1262 responden dan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga diperoleh 75 responden sebagai sampel penelitian. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan metode uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji T dan uji F dengan bantuan program statistik SPSS.

Hasil penelitian ini dapat dilihat dari uji analisis regresi linear berganda yaitu $Y = -0{,}323 + 0{,}296\ X_1 + 0{,}209\ X_2 + 0{,}495\ X_3 + e$ yang mana hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk, kemudahan akses, dan prosedur pembiayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minar para pelaku UMKM. Berdasarkan uji T (parsial) ketiga variabel secara parsial (masing-masing) memiliki pengaruh yang positif, begitu juga dengan uji F (simultan) yang menunjukkan bahwa ketiga variabel secara Bersama-sama memiliki pengaruh yang positif terhadap minat para pelaku UMKM.

Kata kunci: pengetahuan Produk, Kemudahan Akses, Prosedur Bank, Minat Mengajukan Pembiayaan, UMKM.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

Alhamdulillah, puji syukur berkat limpah rahmat dan karunia Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Pengetahuan Produk, Kemudahan Akses, dan Prosedur Bank Terhadap Minat Pelaku Umkm Dalam Mengajukan Pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga (Studi Kasus Pelaku UMKM di Pasar Sibolga Nauli)" Shalawat dan salam penulis tuturkan kepada Rasulullah Muhammad S.A.W yang membawa agama rahmatan Li'Alaamin ke permukaan bumi dan mengajarkan ilmu pengetahuan keislaman serta membawa umat manusia kepada kebenaran

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan, dorongan, motivasi, dan arahan dari orang terdekat skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada Ayahanda Ahmad Musa yang telah bekerja keras selama saya hidup untuk mencari nafkah untuk pedidikan saya dan Ibunda Nurkadrah telah melahirkan, merawat,memberikan materi, dan membesarkan saya dengan penuh kasih, cinta, dan perjuangan yang luar biasa. Satu hal yang perlu ayah dan ibu ketahui, saya sangat menyayangi dan mencintai kalian berdua menjadi suatu kebanggaan memiliki orang tua yang mendukung anaknya untuk mencapai cita-cita.

Berkenaan dengan ini, izinkan penulis mengucapkan rasa hormat dan terimakasih kepada orang-orang yang telah berjasa dalam penulisan skripsi ini:

1. Ibu Prof. Dr. Silfia Hanani, S.Ag., M. Si, Selaku Rektor Universitasm Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi beserta bapak/ ibu Wakil Rektor.
2. Bapak Dr. Aidil Alfin, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
3. Ibu Septria Susanti, ME selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
4. Ibu Rahmi, M.A, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Dr. M. Imamuddin, M.Pd, ME sebagai pembimbing skripsi penulis yang telah mengarahkan, membimbing, dan memberi waktu serta masukan berharga dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
6. Bapak dan Ibu dosen Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi khususnya Dosen FEBI yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam proses perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi yang telah menyediakan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2022 khususnya Program Studi Perbankan Syariah 22’E yang memberikan dukungan selama perkuliahan hingga skripsi ini terselesaikan.
9. Kepada kakakku Adila terimakasih atas suport yang diberikan kepada penulis

10. Kepada Keluarga besar, penulis ucapkan terimaksih yang telah mensuport penulis dari awal sampai selesai dan semua pihak yang ikut membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING i

SURAT PERNYATAAN ORIZINALITAS..... ii

ABSTRAK iii

KATA PENGANTAR..... iv

DAFTAR ISI..... vii

DAFTAR TABEL ix

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang..... 1

B. Identifikasi Masalah 10

C. Batasan Masalah..... 11

D. Rumusan Masalah 12

E. Tujuan Penelitian..... 13

F. Manfaat penelitian..... 14

G. Penjelasan judul..... 15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 17

A. Pengetahuan Konsumen 17

B. Kemudahan akses 21

C. Prosedur Bank 23

D. Minat 26

E. Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) 28

F. Bank Syariah..... 34

G. Produk Pembiayaan..... 38

H. Kajian Terdahulu..... 41

I. Kerangka Pemikiran 46

J. Hipotesis 46

BAB III METODE PENELITIAN 53

A. Jenis Penelitian 53

B. Lokasi dan Waktu Penelitian 53

C. Jenis dan sumber data 53

D. Populasi 54

E. Sampel 54

F. Defenisi Operasional Variabel 56

G. Instrument penelitian 60

H. Teknik Pengumpulan Data 61

I. Teknik Analisi Data 62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 69

A. Gambaran umum Bank Syariah kantor cabang sibolga 69

B. Deskripsi identitas responden 73

C. Hasil penelitian 75

D. Analisis Pembahasan 93

BAB V PENUTUP 108

A. Kesimpulan 108

B. Saran 112

DAFTAR PUSTAKA 115

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Kajian Terdahulu 41

Tabel 3.1 Tabel Skala Likert 61

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 73

Tabel 4.2 Respnden Berdasarkan Usia 74

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Usaha 75

Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk 77

Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Kemudahan Akses 78

Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Prosedur Pembiayaan 79

Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Minat 80

Tabel 4.8 Uji Reliabilitas 81

Tabel 4.9 Uji Normalitas 82

Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas 84

Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Berganda 85

Tabel 4.12 Uji T (Uji Parsial) 88

Tabel 4.13 Uji F Pengetahuan Produk Dan Kemudahan Akses 89

Tabel 4.14 Uji F Pengetahuan Produk Dan Prosedur Bank 90

Tabel 4.15 Uji F Kemudahan Akses Dan Prosedur Bank 90

Tabel 4.16 Uji F Pengetahuan Produk (X_1), Kemudahan Akses (X_2), Prosedur Bank (X_3) 91

Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2) 92

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dalam perkembangan pembangunan ekonomi Indonesia. UMKM dapat dibentuk di berbagai lingkungan seperti pelosok untuk menjangkau masyarakat luar khususnya yang berada di pelosok daerah yang berdampak besar terhadap penurunan tingkat kemiskinan di daerah tersebut. UMKM tidak hanya menyerap tenaga kerja, tetapi juga mendorong pemerataan pendapatan masyarakat serta menggerakkan perekonomian lokal. Hal ini juga tercermin di Kota Sibolga, Sumatera Utara, yang merupakan salah satu pusat perdagangan pesisir. Kehadiran UMKM, khususnya para pedagang di pasar tradisional, menjadi salah satu motor utama roda perekonomian masyarakat.[1]

Pasar Sibolga Nauli adalah salah satu pasar yang menjadi pusat aktifitas UMKM di kota sibolga, yang mulai beroperasi sejak lama dan mulai selesai direnovasi pada Juni 2022. Pasar ini dirancang untuk menampung 1.262 pedagang yang sebagian besar merupakan pelaku UMKM lokal dengan skala usaha mikro dan kecil. Jumlah tersebut menunjukkan besarnya potensi pengembangan UMKM di kota ini, sekaligus menggambarkan tingginya

[1] Idris Niode, "SEKTOR UMKM DI INDONESIA: Profil , Masalah, Dan Strategi Pemberdayaan," *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis OIKOS-NOMOS* 2 (2019).

kebutuhan akan akses permodalan yang memadai untuk menunjang keberlangsungan usaha para pedagang.[2]

Lembaga keuangan syariah memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan UMKM. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Sibolga hadir sebagai salah satu institusi keuangan syariah yang diharapkan mampu menjadi mitra bagi UMKM dalam memperoleh permodalan dan juga pembiayaan berbasis syariah. Hal ini sesuai dengan Fatwa tentang Mudharabah (No. 07/DSN-MUI/IV/2000) yang mengatur tentang pembiayaan mudharabah di mana bank menyediakan modal penuh dan keuntungan dibagi berdasarkan nisbah yang disepakati, Keberadaan BSI di Sibolga semakin penting mengingat bank ini merupakan hasil merger dari beberapa Bank Syariah milik negara dan kini menjadi Bank Syariah terbesar di Indonesia. Dengan kapasitas dan jaringan yang dimiliki, BSI diharapkan mampu memberikan solusi pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah, mudah diakses, serta relevan dengan kebutuhan UMKM.[3]

Realitas di lapangan menunjukkan bahwa potensi ini belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh pelaku UMKM, khususnya pedagang di Pasar Sibolga Nauli. Yang dimana para pelaku UMKM yang melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia tergolng sedikit, hal ini dikarenakan kurangnya minat para pedagang untuk menggunakan produk pembiayaan di Bank Syariah. Data

---

[2] *Badan Pusat Statistik Kota Sibolga, Statistik Daerah Kota Sibolga (Sibolga: BPS, 2022), hal. 45.*

[3] Dewan Syariah Nasional-MUI, Fatwa No. 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Mudharabah (Jakarta: DSN-MUI, 2000)

empiris memperkuat fenomena tersebut. UMKM di indonesia baru sekitar 30% yang dapat mengakses pembiayaan, sekitar 76,1% memperoleh kredit dari bank, serta sekitar 23,9% mengakses dari koperasi yang mencakup bisnis simpan pinjam nonbank. [4] Rendahnya capaian ini mencerminkan bahwa sebagian pelaku UMKM masih memiliki hambatan dalam mengakses pembiayaan, termasuk terkait kepercayaan dan pemahaman terhadap produk khususnya produk Bank Syariah. Survei BPS tahun 2022 juga menunjukkan bahwa hanya sekitar 34% pelaku UMKM yang berminat dan berupaya mengajukan pembiayaan, sedangkan sisanya ragu karena kurangnya pengetahuan dan kekhawatiran terhadap risiko gagal bayar. Temuan ini sejalan dengan yuda yang menyatakan bahwa peningkatan literasi dan edukasi finansial merupakan langkah penting untuk mendorong UMKM memanfaatkan pembiayaan formal. Secara keseluruhan, literasi, persepsi risiko, dan tingkat kepercayaan terbukti memiliki hubungan erat dengan minat UMKM dalam mengajukan pembiayaan.[5]

Kinner dan Taylor mengatakan bahwa minat konsumen adalah perilaku yang menunjukkan tahap kecendrungan konsumen untuk bertindak sebelum memutuskan membeli atau menggunakan suatu barang atau jasa sebelum benar-benar dilakukan. Mereka mengemukakan bahwa Minat timbul dari adanya ketertarikan terhadap suatu produk akan tetapi untuk realisasinya belum

---

[4] Felicia Celesta et al., "FAKTOR BI RATE , INFLASI DAN KURS RUPIAH TERHADAP PEMBIAYAAN" III (2022).

[5] Yudha Winter Pratama and Candra Wijayangka, "PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP AKSES PEMBIAYAAN PADA UMKM" 3, no. 2 (2019): 378–88.

ada, Kinnear dan Taylor mengemukakan pendapat tentang tahapan konsumen menuju pada minat yang mengantarkan pada tindakan pembelian. Pertama yaitu tahap dimana konsumen memiliki perhatian terhadap suatu produk atau jasa.[6] Kemudian konsumen merasa tertarik untuk mengetahui lebih mengenai keunggulan produk sehingga melakukan penggalian informasi tentang produk. Apabila dari tumpukan informasi tersebut terdapat kesesuaian dengan apa yang dibutuhkan maka konsumen berada dalam tahap berkeinginan atau berminat yang kemudian menyebabkan keputusan membeli.

Berdasarkn dengan apa yang telah dikemukkan oleh Kinnear dan taylor dapat kita ambil beberapa poin penting bahwa salah satu yang mempengaruhi minat konsumen adalah minat suatu konsumen tidak akan pernah timbul tanpa adanya pengetauan yang memadai terkait dengan produk tersebut, pengetauan yang dimaksud disini meliputi pengetahuan tentang produk, merek, cara untuk membeli dan juga menggunakan. Pengetahuan merupakan hal yang sangat dibutuhkan oleh konsumen untuk menimbulkan rasa ketertarikan terhadap produk atau jasa yan ditawarkan oleh Lembaga keuangan termasuk Bank Syariah Indonesia.

Hal ini sejalan denga napa yang ditemukan di lapangan melalui beberapa wawancara yang dilakukan kepada pak herman pada tanggal 10 februari 2025 sebagai salah seorang pelaku UMKM yang hendak melakukan pembiayaan di Bank Syariah. Pada saat peneliti menanyakan mengenai apa saa

[6] Ana Ramadhayanti, "The Effect Of The Role Of Humors In Advertising And Attraction Of Advertising Models On Interest To Buy Consumers," *Jurnal Fundamental Managemen* 4, no. 1 (2019): 37–51.

yang diketahui oleh nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan terkait produk pembiayaan Bank Syariah seperti mudharabah atau bagi hasil dan produk pembiayaan yang lainnya kebanyakan narasumber menjawab bahwa mereka belum sepenuhnya mengatahui mengenai istilah-istilah yang saya tanyakan, bahkan mereka menganggap bahwasanya Bank Syariah Indonesia dan bank konvensional adalah sama, yang dimana hal tersebut menunjukan bahwa tingkat pengetauan ptoduk yang dimiliki oleh para pelaku UMKM terhadap produk pembiayaan tergolong sangat rendah, dan dapat mempengaruhi minat mereka untuk menggunakan produk pembiayaan di Bank Syariah Indonesia.

Prosedur pembiayaan yang ada di Bank Syariah juga merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam mempengaruhi minat para pelaku UMKM, hal ini dikarenakan prosedur pembiayaan yang cepat dapat menjadi kelebihan yang bisa menarik para masyarakat untuk menggunakan produk pembiayaan di Bank Syariah. Namun pada Bank Syariah prosedur pembiayaan nya masih tergolong lama dan juga kompleks, hal ini dikarenakan di Bank Syariah menerapkan analisis resiko ganda, dimana kelayakan dari sebuah pembiayaan tidak hanya lihat dari analisis finansial, tetapi juga dilihat dari kepatuhan Syariah. Usaha yang ingin diberikan pembiayaan harus sesuai dengan syariat islam yang tidak memperbolehkan praktik riba, gharar, maysir, dan hal hal lainnya yang idak boleh dilakukan dalam menjalankan usaha, seperti menjual hal hal yang haram. Selan dalam prakteknya beberapa produk yang ada di Bank Syariah sebelum diberikan kepada para pelaku UMKM harus mendapatkan

pengesahan dari dewan pengawas Syariah, yang dimana hal ini akan menambahkan waktu proses pengajuan pembiayaan. Beberapa hal tersebut berakibat pada para pelaku UMKM merasa kesulitan dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah dikarenakan prosesnya yang sangat Panjang.[7]

Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara awal yang dilakukan oleh peneliti kepada pelaku UMKM yang Bernama buk salma pada saat magang di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga yang dimana pelaku UMKM menganggap bahwa prosedur pengajuan pembiayaan yang digunakan di bank syriah tergolong Panjang dan mengharuskan proses administrasi yang banyak. Beberapa responden menjelaskan bahwa setelah mereka mengajukan pembiayaan mereka melalui berbagai hal seperti proses pengecekan kelayakan ganda, yang meliputi analisis financial dan analisis kepatuhan prinsip syariah, kemudian para nasabah yang ingin melakukan pembiayaan harus melakukan tahapan tambahan seperti pemeriksaan lapangan, dan mendapatkan persetujuan dari dewan pengawas syariah. Tidak sampai situ saja dokumen aministrasi juga menjadi hambatan bagi para nasabah seperti laporan keuangan usaha, dan surat izin usaha bagi beberapa usaha mikro prosedur ini sangat rumit dan mereka membutuhkan dana yang cepat sehingga mereka menghentikan proses tersebut dan beralih kepada bank lain yang menyediakan produk pembiayaan yang prosedurnya cepat dibandingkan Bank Syariah Indonesia.

[7] Azka Millah, Muhammad Wasturedana, and Syifa Qolbi, "Implementasi Pembiayaan Murabahah Bank Syariah Di Indonesia," *Jurnal Central Publisher* 3, no. 3 (2025): 3397–3407.

Selain faktor pengetahuan dan prosedur Bank Syariah, kemudahan akses ke perbankan juga merupakan hal yang sangat mempengaruhi minat nasabah dalam melakukan pembiayaan di Bank Syariah. Bukan hanya akses ke perbankan akan tetapi juga digitalisasi perbankan bagi beberapa UMKM masih menjadi hal yang belum familiar sehingga sulit bagi para UMKM untuk mencari informasi mengenai pembiayaan yang ada di Bank Syariah, di kota sibolga yang hanya terdapat satu Bank Syariah indonesia yang mana hal tersebut dapat memengaruhi minat nasabah, sehingga masyarakat yang berdomisili jauh dari Bank Syariah indonesaia malas dan enggan mengurus pembiayaan di bank BSI dan lebih memilih bank lainnya karena jumlah kantor cabang yang lebih banyak dibandingkan Bank Syariah, kemudian pelaku UMKM yang mayoritas generasi milenial masih belum familiar dengan mobile bangking yang sudah diluncurkan oleh Bank Syariah Indonesia hal ini juga dapat memengaruhi akses informasi digital mengenai pembiayaan di Bank Syariah indoesia karena satu Bank Syariah harus menanggung seluruh permintaan pembiayaan di proses hanya dengan satu kantor saja.[8]

Hal ini juga diperkuat oleh hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan pelaku UMKM di Pasar Sibolga Nauli yang berdama abdulrani pohan saat melaksanakan kegiatan magang di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sibolga pada bulan januari 2025 silam. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, sebagian besar pelaku UMKM menyampaikan bahwa keterbatasan jumlah

[8] Nur Hidayah Agustin, Andri Brawijaya, and Miftahul Khoer, "AKSESIBILITAS UMKM PEDESAAN TERHADAP KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) Bank Syariah INDONESIA," *Jurnal Perbankan Syariah* 9, no. 1 (2023): 10–20.

kantor cabang Bank Syariah menjadi salah satu kendala utama dalam mengakses layanan pembiayaan. Beberapa nasabah menyebutkan bahwa mereka harus menempuh jarak cukup jauh dari lokasi usaha atau tempat tinggal mereka hanya untuk sekadar melakukan konsultasi, verifikasi berkas, maupun pencairan dana yang dimana hal tersebut seharusnya bisa dilakukan dengan mudah jika kantor cabang di sibolga lebih dari satu dan juga para pelaku UMKM terbiasa menggunakan aplikasi mobile banking yang telah tersedia. Kondisi ini tentu berbeda dengan bank konvensional yang memiliki jaringan cabang lebih luas dan tersebar di berbagai titik strategis.

Berbagai penelitian terdahulu menemukan bahwa faktor-faktor seperti pengetahuan produk, kemudahan akses dan prosedur pembiayaan memiliki mengaruh yang sangat signifikan terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia. Akan tertapi dari beberapa hasil penelitian tersebut belum menunjukkan tanda-tanda keseragaman, sebagai contoh penelitian yang dilakukan oleh andri dan junaidi menemukan bahwa kemudahan akses dan informasi berpengaruh positif terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan.[9] Akan tetapi pada penelitian yang lain siti dan Muhammad mengatakan bahwa pengetahuan dan kesadarang nasabah terhadap prinsip Syariah berpengaruh besar terhadap keputusan mereka dalam memilih pembiayaan KUR di Bank Syariah

[9] Andri Brawijaya Imam Abdul Aziz, Junaidi, "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI AKSESIBILITAS UMKM TERHADAP PEMBIAYAAN DI Bank Syariah (STUDI PADA UMKM KAMPUNG LEMBUR SAWAH MULYAHARJA)," *Journal of Islamic Economic Scholar* 4, no. 1 (2024): 41–52, https://ejournal.uin-suka.ac.id/febi/JIES/article/view/2123.

Indonesia.[10] Namun penelitian tersebut belum memasukkan faktor kemudahan akses dan prosedur pembiayaan dalam penelitiannya.

Penelitian yang dilakukan oleh afifah amalia, menunjuan hasil pengaruh promosi , prosedur pembiayaan dan lokasi memilki pengaruh yang sangat signifikan kepada minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah. Namun pada penelitian ini belum mempertimbangkan peran variabel pengetahuan produk, dan juga kemudahan akses, digital, yang dimana hal tersebut juga mempengaruhi persepsi dan minat pelaku UMKM.[11] Penelitian Aisyah dan Hosen (2018), lebih menekankan aspek religiusitas tanpa mengintegrasikannya dengan faktor rasional seperti pengetahuan produk, kemudahan akses, dan prosedur pembiayaan.[12] Oleh karena itu, penelitian tersebut belum sepenuhnya menjelaskan proses pengambilan keputusan UMKM secara komprehensif atau masih menggunakaan metode penelitian kualitatif dan tidak diukur menggunakan perhitungan statistik.

Dengan demikian bahwa belum ada penelitian yang menggabungkan variable pengetahuan produk, kemudahan akses dan prosedur pembiayaan bank secara bersamaan dan bebetapa kesenjangan penelitian yang lain

---

[10] Siti Aisyah and Muhammad Arif, "Pengaruh Pengetahuan Dan Kesadaran Nasabah Akan Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Fasilitas Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah Di Bank Syariah Indonesia Area Kota Medan," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2023): 1980, https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9134.

[11] Afifah amaliah farhah and Shoimatul Fitria, "Pengaruh Promosi , Prosedur Pembiayaan Dan Lokasi Terhadap Minat Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Mengambil Pembiayaan Kur Syariah PT . Pegadaian Di Kota Semarang," *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan Terhadap Perbankan Syariah* 12, no. 2 (2024): 285–305.

[12] Siti Aisyah dan Muhamad Nadratuzzaman Hosen, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM Menggunakan Pembiayaan Bank Syariah," *Jurnal Al-Iqtishad*, Vol. 10, No. 2 (2018), hlm. 215–217.

khususnya dalam konteks wilayah kecil seperti kota sibolga, yang memiliki karakteristik sosial ekonomi dan tingkat literasi keuangan Syariah yang berbeda dengan daerah perkotaan besar.

Penelitian ini dilakukan untuk mengamati bagaimana masyarakat memandang produk, dan juga prosedur yang diterapkan di Bank Syariah, apakah mereka menganggap bahwa prosedur yang diterapkan oleh pihak bank singkat atau sebaliknya, kemudian penelitian ini juga meneliti bagaimana pengetahuan para pelaku UMKM terhadap produk-produk yang ada di Bank Syariah dan pengaruh jumlah bank yang hanya terdapat satu kantor dapat mempengaruhi minat UMKM pasar sibolga nauli dalam menggunakan produk pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga.

Maka dari itu, berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini mengambil judul **"Pengaruh pengetahuan produk, kemudahan akses, dan prodsur bank terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia (studi kasus pelaku UMKM di pasar Sibolga nauli)"**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Masih banyak pelaku UMKM di Pasar Sibolga Nauli yang belum memahami secara mendalam produk pembiayaan syariah yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KC Sibolga.

2. Lokasi Bank Syariah Indonesia di Sibolga yang hanya memiliki satu kantor cabang menimbulkan keterbatasan akses informasi dan pembiayaan bagi pelaku UMKM, terutama mereka yang berdomisili jauh dari pusat kota.
3. Prosedur pengajuan pembiayaan di BSI KC Sibolga dianggap panjang, kompleks, dan membutuhkan banyak persyaratan administrasi sehingga menimbulkan persepsi buruk di kalangan pelaku UMKM.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, fokus, dan tidak melebar, maka perlu ditetapkan beberapa Batasan masalah. Penelitian ini hanya membahas mengenai tiga variable utama yaitu pengetahuan produk, kemudahan akses, dan prosedur Bank Syariah sebagai faktor yang akan dapat memengaruhi minat pelaku UMKM dalam menggunakan produk pembiayaan di Bank Syariah.

Subjek penelitian dibatasi pada pelaku UMKM yang beraktifitas di pasar sibolga nauli sehingga UMKM di luar lokasi tersebut tidak termasuk dalam cakupan penelitian, kemudian Adapun objek penelitian yang diteliti difokuskan pada Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang sibolga sebagai Lembaga penyedia pembiayaan Syariah. Selanjutnya, jenis pembiayaan yang diteliti adalah jenis pembiayaan produktif UMKM sehingga pembiayaan konsumtif seperti KPR, pembiayaan kendaraan bermotor dan pembiayaan personal lainnya yang diluar dari itu tidak menadi bagian dari fokus dalam penelitian.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi, dan batasan masalah yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM di Pasar Sibolga Nauli dalam melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga?
2. Apakah kemudahan akses berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM di Pasar Sibolga Nauli dalam melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga?
3. Apakah prosedur Bank Syariah berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM di Pasar Sibolga Nauli dalam melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga?
4. Apakah pengetahuan produk dan kemudahan akses berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM di pasar sibolga nauli dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga?
5. Apakah pengetahuan produk dan prosedur Bank Syariah berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM di Pasar Sibolga Nauli dalam melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga?
6. Apakah kemudahan akses dan prosedur bank berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM di Pasar Sibolga Nauli dalam melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga?
7. Apakah pengetahuan produk, kemudahan akses, dan prosedur Bank Syariah berpengaruh secara simultan terhadap minat pelaku UMKM di

Pasar Sibolga Nauli dalam melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh **pengetahuan produk** terhadap minat pelaku UMKM di Pasar Sibolga Nauli dalam melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga.
2. Untuk mengetahui pengaruh **kemudahan akses** terhadap minat pelaku UMKM di Pasar Sibolga Nauli dalam melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga.
3. Untuk mengetahui pengaruh **prosedur Bank Syariah** terhadap minat pelaku UMKM di Pasar Sibolga Nauli dalam melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga.
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk dan kemudahan akses terhadap minat pelaku UMKM di pasar sibolga nauli dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga
5. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk dan kemudahan akses terhadap minat pelau UMKM di pasar Sibolga Nauli dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah KC Sibolga.
6. Untuk mengatahui pengaruh kemudahan akses dan prosedur bank terhadap minat pelaku UMKM di Pasar Sibolga Nauli dalam melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga.

7. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk, kemudahan akses, dan prosedur Bank Syariah secara simultan terhadap minat pelaku UMKM di Pasar Sibolga Nauli dalam melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC SibolgaKegunaan penelitian.

F. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

   penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur dan memperkaya kajian dalam bidang perbankan syariah, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat pelaku UMKM dalam memanfaatkan pembiayaan syariah. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan referensi atau acuan bagi penelitian selanjutnya yang membahas tema serupa, sehingga mampu memperkuat pengembangan ilmu di bidang ekonomi dan keuangan syariah.

2. Manfaat praktis

   penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi beberapa pihak. Bagi Bank Syariah Indonesia KC Sibolga, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan minat pelaku UMKM dalam memanfaatkan produk pembiayaan, misalnya melalui peningkatan sosialisasi produk, penyederhanaan prosedur, dan perbaikan layanan akses.

   Bagi pelaku UMKM Pasar Sibolga Nauli, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai manfaat dan mekanisme pembiayaan syariah, sehingga diharapkan mampu mendorong

mereka untuk memanfaatkan layanan tersebut dalam mengembangkan usaha.

Bagi pemerintah daerah Kota Sibolga, hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam membuat kebijakan pemberdayaan UMKM melalui kerja sama dengan lembaga keuangan syariah, sehingga dapat memperkuat pertumbuhan ekonomi daerah. Terakhir, bagi **peneliti**, penelitian ini memberikan manfaat berupa pengalaman empiris serta pemahaman yang lebih mendalam terkait praktik pembiayaan syariah dan kontribusinya terhadap pengembangan sektor UMKM.

G. Penjelasan judul

Judul penelitian ini adalah *"Pengaruh Pengetahuan Produk, Kemudahan Akses, dan Prosedur Bank Syariah terhadap Minat Pelaku UMKM dalam Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah (Studi Kasus UMKM di Pasar Sibolga Nauli)"*.

1. Pengetahuan Produk

   pengatahuan produk adalah sejauh mana para pelaku UMKM mengatahui dan memahami mengenai jenis, manfaat, serta mekanisme produk pembiayaan yang ada di Bank Syariah. Pemahaman yang baik akan memudahkan para pelaku UMKM untuk menyesuaikan jenis pembiayaan apa yang tepat untuk usaha mereka, dalam konteks penelitian, pengetahuan produk menjadi factor penting yang memengaruhi keputusan UMKM untuk memanfaatkan pembiayaaan Syariah.

2. Kemudahan Akses

Kemudahan akses disini adalah hal yang berkaitan dengan bagaimana layanan Bank Syariah dapat dijangkau oleh para pelaku UMKM, baik dari sisi lokasi dan jumlah cabang yang tersedia, ketersesiaan layanan, dan keterjangnkauan informasi. Jika akses terhadap layanan perbankan Syariah mudah dan tidak menimulkan hambatan besar, maka minat UMKM untuk melakukan pembiayaan akan menigkat.

3. Prosedur Bank Syariah

Prosedur Bank Syariah adalah hal-hal yang mencangkup Langkah-lankah administrasi, persyaratan dokumen, dan juga waktu proses yang dibutuhkan untuk mengajukan pembiayaan di Bank Syariah. Prosedur yang mudah, sederhana, jelas, dan cepat akan meningkatkan minat para pelaku UMKM. Sebaliknya, prosedur yang berbelit dapat menurunkan minat mereka untuk memanfaatkan pebiayaan di Bank Syariah.

4. Minat Pelaku UMKM

Dalam penelitian ini minat pelaku UMKM merujuk pada keinginan, perhatian, dan ketersediaan mereka untuk mengajukan pembiayaan di Bank Syariah. Yang mana minat tersebut dipengarui oleh sejauh mana mreka mrasa bahwa produk itu bermanfaat, mudah di akses, dan prosesnya tidak menyulitkan, minat ini menjadi variable terkait yang dipengaruhi oleh ketiga dari faktoe sebelumnya.

Penelitian ini difokuskan pada BSI KC Sibolga, karena menjadi salah satu pusat aktifitas ekonomi di daeras Sibolga, dengan banyak pelaku UMKM yang berpotensi memanfaatkan pembiayaan Bank Syariah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengetahuan Konsumen

1. Pengertian pengetahuan konsumen

Pengetahuan menurut KBBI berasal dari kata tahu, sedangkan pengtahuan adalah sesuatu yang diketahui bekenaan dengan sesuatu yang dilihat dan dirasakan oleh panca indrawi, pengetahuan adalah apa yang diketahui atau hasil dari pengerjaan tahu, pekerjaan tahu adalah hasil dari berbagai hal seperti kenal, sadar, insaf, mengerti, kemudian pandai. Pengetahuan adalah hasil proses dari ketidaktahuan manusia dan kemudian berusaha untuk tahu.[13] Pengetauan konsumen merupakan semua informasi yang diperleh oleh konsumen kemudian diingat oleh konsumen tentang prosuk secara spesifik. Pengetauan konsumen juga dapat diartikan sebagai semua informasi yang diketahui oleh konsumen tentang karakteristik produk, fungsi prosuk dan jasa serta pengetahuan lain yang berkaitan dengan produk tersebut.

Pengetahuan produk adalah kumpulan dari beberapa macam informasi terkait produk, yang mana pengetahuan tersebut meliputi kategori produk, terminology, merek, fungsi, fitur, harga dan kepercayaan

[13] Yosephus Sudiantara, *Filsafat Ilmu Pengetahuan* (semarang: Universitas Katolik Soegijapranata, 2020). Hal 2

tentang suatu produk, yang dimana pengetahuan yang dimiliki oleh masing masing konsumen pastinya berbeda beda antar konsumen yang lain.[14]

2. Faktor-faktor yang memepengaruhi pengetahuan

   Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang antara lain.

   1) Pendidikan

      Pendidikan merupakan proses mengubah sikap dan perilaku seseorang dan kelompok atau upaya untuk memberikan pelatihan dan juga pengajaran ke pada manusia

   2) Media

      Media adalah sesuatu yang secara khusus dirancang untuk mencapai mayarakat luas. contohnya televisi, koran, billboard, masalah, dan sebagainya.

   3) Keterpaparan informasi

      Informasi adalah sesuatu yang dapat diketahui atau dapat pula diberikan dengan cara memberikan pengetahuan, informasi yang dimaksud disini mencangkup data, teks, image, suara, kode, dan database. Dalam kehidupan sehari hari kita juga terdapat banyak informasi yang dioleh dengan cara observasi kemudian diteruskan atau disebarkan dengan melalui komunikasi.[15]

3. Indikator pengetahuan produk

---

[14] Edwin Zusrony, *PERILAKU KONSUMEN DI ERA MODERN* (semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2016). Hal 80

[15] Zusrony. Hal 83

Memahami pengetahuan produk merupakan hal yang sangat penting bagi pemasar. Mereka dapat mengakses tentang hal apa yang akan dibeli, dimana membeli, dan kapan waktu yang tempat untuk membeli hal tersebut, yang dimana semua itu bergantung kepada pengtahuan produk yang dimiliki oleh konsumen.

Supratno mengatakan bahwa konsumen harus benar benar mengetahui mengenai pengetahuan suatu produk, apabila konsumen kurang mengetaui atau tidak mengetahui tentang produk yang ingin ia beli maka ia bisa salah dalam mengambil keputusan. Lin dan Lin juga menganggab bahwa pengetahuan produk konsumen didasarkan pada seberapa familiar konsumen terhadap produk tersebut.[16]

Beberapa indikator yang diperlukan untuk mengukur seberapa tingkat pengetahuan produk dalam fikiran konsumen antara lain yaitu:

1) Kesadaran akan kategori dan merek produk

   Kesadatan terhadap kategori dan merek produk menggambarkan sejauh mana konsumen mengenali berbagai jenis produk dalam suatu kategori serta mampu mengidentifikasi merek-merek yang ada di dalamnya.

2) Terminologi produk

   Terminology produk mengarah kepada sejauh mana konsumen mengetaui konsep umum yang digunakan untuk menggambarkan

[16] Rifki Supratno and Maya Susanti, "Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Loyalitas Peserta BPJS Kesehatan Daerah Istimewa Yogyakarta," *Buletin Bisnis & Manajemen* 02, no. 01 (2016): 64–80.

suatu produk, pemahaman terminology membantu konsumen untuk menilai indormasi produk secara lebih akurat, yang dimana semakin tinggi pemahaman konsumen maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk menilai kualitas produk secara rasional

3) Atribut atau ciri-ciri produk.

Atribut produk adalah karakteristik atau fitur yang digunakan atau dimiliki oleh suatu produk, mencangkup beberapa aspek seperti fungsi, kualitas, desain, ukuran, bahan, dan kemasan produk. Pengetahuan konsumen yang baik terhadap ciri-ciri suatu produk dapat digunakan oleh para konsumen untuk membedakan produk yang satu dengan produk yang lain berdasarkan nilai dan manfaat yang ditawarkan dari produk tersebut.

4) Kepercayaan terhadap produk

Kepercayaan produk mengambarkan presepi konsumen memngenai kegunaan dan juga nilai keseluruhan dari suatu jenis produk di pasaran. Kepercayaan tersebut terbentuk melalui pengalaman pribadi, rekomendasi social, dan juga informasi dari media, yang dimana kepercayaan ini akan mempengaruhi bagaimana konsumen menilai dan memilih produk dalam kategori tersebut di masa depan.[17]

4. Hubungan pengetahuan produk dengan minat melakukan pembiayaan

[17] Aisah Asnawi, "Berpindah Merek Produk Saat Covid19 : Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Pemasaran Media Sosial," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 6, no. 1 (2022): 4131–43.

Secara umum, pengetahuan dapat dimaknai sebagai pengetahuan konsumen dipahami sebagai kumpulan informasi yang berkaitan dengan peran konsumen di pasar. Dengan demikian, pengetahuan konsumen atau pelaku UMKM dapat diartikan sebagai seluruh informasi yang dimiliki mengenai berbagai produk dan jasa, termasuk pengetahuan lain yang relevan dengan fungsi mereka sebagai pengguna atau pelaku usaha. Pengetahuan ini menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi minat dalam melakukan pembiayaan. Artinya, semakin tinggi tingkat pengetahuan yang dimiliki konsumen atau pelaku UMKM, maka kecenderungan untuk mengajukan pembiayaan di Bank Syariah juga akan semakin besar, dan sebaliknya, pengetahuan yang rendah cenderung menurunkan minat tersebut.[18]

B. Kemudahan akses

Kemudahan akses adalah sebuah tangka kepercayaan masyarakat dalam menggunakan sebuah system yang dapat digunakan dengan mudah tanpa membutuhkan usaha ekstra. Dinyatakan bahwa kemudahan penggunaan berarti praktir, mudah dipahami, mudah dipelajari, dan mudah dalam melaksanakannya. Kemudahan akses juga dapat berarti tingkat kenyamanan dan kemudahan yang dirasakan oleh seorang konsumen baik dalam hal kemudahan pencapaian lokasi, seperti kemudahan dalam mengakses lokasi tersebut dicapai menggunakan transportasi dan hal lainnya. Kemudahan akses

[18] Muhammad anang firmansyah, *PERILAKU KONSUMEN (Sikap Dan Pemasaran)*, ed. Rizka and Emy Fadilah (sidoarjo: Deepublish, 2018). 152

juga dapat berarti sebagai segala sesuatu yang dapat dengan mudah diakses, dapat berupa dengan fitur yang sederhana dan dapat diselesaikan dengan cepat dan tanpa mengalami kendala dan dapat meningkatkan minat UMKM dalam menggunakan produk perbankan.[19]

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kemudahan adalah tingkat seseorang meyakini bahwa menggunakan suatu system merupakan hal yang mudah untuk dilakukan tanpa menggunakan usaha yang keras dan berlebihan. Menurut Demirguc-kun dan Klaper dalam bukunya *"measuring financial inclusion"*. Aksesibilitas atau kemudahan akses dapat diukur menggunakan beberapa indikator sebagai berikut.

a. Keamanan dan kemudahan kelompok UMKM dalam memperoleh informasi terkait produk serta kemudahan pelaporan jika terjadi masalah.
b. Kemudahan kelompok UMKM dalam melakukan transaksi atau menggunakan produk pembiayaan di Bank Syariah.
c. Kemudahan mengakses lokasi Lokasi dan terjangkau.
d. Keompok dari berbagai etnis mempunyai akses yang sama terhadap program pelayanan yang diberikan kepada semua orang.[20]

---

[19] Ahmad raflli faundi and Mohammad Maskan, "PENGARUH KEMUDAHAN AKSES DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP REVISIT INTENITON PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi D-IV Manajemen Pemasaran" 2, no. 10 (2024): 139–47.

[20] Tufy Supriadi and Siti Fatimah, "Pengaruh Aksesibilitas Dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah: Studi Pada Anggota Komunitas Difabel Blora Mustika," *Jurnal Md* 4, no. 2 (2018): 231–49.

C. Prosedur Bank

Prosedur berasal dari Bahasa inggris “procesure” yang artinya yaitu cara atau tata cara, Akan tetapi kata procedure biasanya digunakan dalam Bahasa Indonesia yaitu prosedur, dalam ilmu manajemen, prosedur adalah cara atau Langkah Langkah melakukan pekerjaan yang telah dirumuskan sebelumnya dan biasanya bersifat wajib untuk diikuti dan dilaksanakan. Prosedur berisi tentang apa, bagaimana, dan siapa yang akan menyelesaikan tugas atau kasus yang harus diselesaikan. Prosedu memiliki sifat-sifat, ciri-ciri, dan prinsip-prinsip sebagai berikut.

a. Sifat prosedur
    1) Prosedur ada di tiap-tiap bagian perusahaan dan menjadi salah satu rencana yang penting
    2) Prosedur dipandang sebagai tata cara pelaksanaan pekerjaan yang sifatnya berulang
    3) Prosedur biasanya diberikan batas waktu yang bertujuan agar hasil sesuai dengan runtutan yang telah ditentukan

b. Ciri-ciri prosedur
    1) Prosedur harus mencangkup fakta-fakta yang sesuai dengan situasi tertentu, dan tidak didasarkan pada spekulas, dugaan, dan juga nafsu atau keinginan
    2) Prosedur harus terikat dengan stabilitas, akan tetapi juga bsersifat fleksibilitas

3) Prosedur yang ditetapkan harus mengikuti jaman yang kian berkembang

c. Prinsip prosedur

1) Prosedur yang baik adalah prosedur yang bersifat mudah, sederhana, dan tidak berbelit-belit
2) Prosedur kerja yang telah tersusun baik dan rapih akan mengurangi beban pengawasan karena penyelesaian tugas telah terdeskripsi secara baik
3) Prosedur kerja yang sudah ditetapkan telah truji dan tidak memerlukan penulisan, Gerakan, dan usaha tambahan yang tidak perlu
4) Pembuatan prosedur kerja harus memperhatikan perkembangan jaman dan juga arus pekerjaan
5) Prosedur kerja harus dibuat fleksibel untuk berjaga-jaga Ketika terjadi hal-hal diluar dugaan yang sifatnya mendesak
6) Proses penetapan prosedur harus memperhatikan ketersediaan alat-alat untuk mendukung jalannya prosedur yang ingin disahkan
7) Prosedur kerja haru dapat mendukung peningkatan kualitas kerja dari perusahaan atau institusi.[21]

d. Indikator prosedur pembayaaan:

[21] Erma Ermawijaya, "ANALISIS PROSEDUR AKUNTANSI PIUTANG BADAN PENYELENGGARA JAMINAN KESEHATAN SOSIAL (STUDI KASUS PADA RUMAH SAKIT UMUM DAERAH SEKAYU KABUPATEN MUSI BANYUASIN) Masri," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Rahmaniyah (JIAR)* 5, no. 2 (2022): 229–45.

Mudrazat kuncoro dalam bukunya menyebutkan bahwa indikator prosedur pembiayaan adalah sebagai berikut.

1) Realisasi pembiayan

   Yaitu persetujuan puhak bank untuk mencairkan permohonan pembiayaan dari pemohon sesuai dengan kesepakatan-kesepakatan yang sudah disetujui terlebih dahulu.

2) Kemudahan prosedur

   Yaitu kemudahan dalam mengambil pembiayaan atau bank membarikan kemudahan dalam mengambil pembiayaan atau bank mempermudah masyarakat untuk menggunakan dana mudah dalam bentuk pembiayaan.

3) Kecepatan pelaksanaan

   Kecepatan pelaksanaan yaitu kecepatan dalam mengakses pembiayaan, kecepatan prosedur yang memadai akan membuat nasabah terdorong untuk menggunakan atau mengajukan pembiayaan di bank tersebut.

4) Persyaratan

   Persyaratan diartikan sebagai syarat antara nasabah dan pihak bank pada saat nasabah mengajukan pembiayaan.[22]

[22] Wian Widhiani and Wawan Oktriawan, "PENGARUH PROSEDUR PEMBIAYAAN ARRUM HAJI TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH NASABAH (Studi Kasus Pada Kantor Cabang Pegadaian (Persero) Syariah Veteran Purwakarta)," *Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah* 7, no. 2 (2021): 126–35.

D. Minat

Minat adalah perilaku seseorang yang cenderung melakukan sebuah Tindakan sebelum mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Menurut Kotler dan keller minat merupakan perilaku yang ada sebagai respon dari suatu objek dan memperlihatkan keinginan konsumen untuk membeli atau menggunakannya. Minat muncul Ketika seseorang telah mendapatkan informasi yang cukup tentang sesuatu yang mereka inginkan dan memiliki kecendrungnan untuk bertindak sebelum benar benar melaksanakan keputusan pembelian. Kotler juga mengatakan bahwa minat adalah suatu perilaku konsumen dimana konsumen memiliki ketertarikan untuk membeli atau menggunakan prosuk atau jasa berdasarkan pada pengalaman. Para konsumen membentuk preferensi dari pengalaman menggunakan banyak produk atau jasa dan akan menimbulkan minat pada prosuk yang mereka paling sukai.[23]

a. Faktor yang mempengaruhi terbentuknya minat

Menurut crow and crow dalam ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu.

1) Faktor dorongan dari dalam

Minat dapat timbul dari adanya dorongan fisik, keingintahuan seseorang, mempertahankan dari rasa takut, lapar, dan lainnya

2) Faktor motif sosial

[23] Aditya Wardhana, *CONSUMER BEHAVIOR IN THE DIGITAL*, ed. Mahir Pradana, edisi indo (purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA, 2024). Hal 204

Dalam diri seseorang minat dapat hadir dengan adanya motif social yaitu melakukan penyesuaianlingkungan sekitar yang bertujuan untuk mendapatkan validitas. Misalnya bekerja, mendapat status, perhatian, dan penghargaan

3) Faktor emosional perasaan

Faktor emosional adalah hal yang berkaitan dengan perasaan seseorang, perasaan senang dapat ditanamkan kepada seseorang kan mendorong minat yang ada, sebaliknya jika terjadi kegagalan maka akan menurunkan minat dari masyarakat

b. Indikator minat:

1) Minat transaksional

Minat transaksional adalah minat atau keinginan seseorang untuk membeli atau menggunakan produk batang dan jasa

2) minat referensional

merupakan perilaku seseorang yang memiliki kecendrungan merekomendasikan produk yang pernah ia beli sebelumnya dengna harapan orang tersebut akan membeli barang yang ia rekmendasikan

3) minat preferensial

adalah pelaku seseorang dimana ia cenderung mengambil produk yang lebih disukainya

4) minat eksploratif

adalah perilaku konsumen yang mengumpulkan informasi terkait produk yang diinginkan untuk membandingkan dengan produk produk yang lain.[24]

E. Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

a. Pengertian UMKM

Pengertian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tidak sepenuhnya seragam karena adanya perbedaan sudut pandang dari beberapa lembaga resmi. Badan Pusat Statistik (BPS), misalnya, mendefinisikan UMKM dengan menitikberatkan pada jumlah tenaga kerja yang dimiliki suatu usaha. Pendekatan ini dianggap relevan karena tenaga kerja merupakan salah satu indikator nyata untuk mengukur skala usaha. Sementara itu, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM menetapkan kriteria yang berbeda, yaitu dengan menggunakan ukuran kekayaan bersih yang dimiliki pelaku usaha serta jumlah hasil penjualan tahunan. Perbedaan dasar pengelompokan ini menunjukkan bahwa penetapan definisi UMKM dapat bervariasi tergantung pada perspektif dan tujuan lembaga yang membuatnya, baik dari sisi statistik maupun regulasi hukum.[25]

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan aktivitas ekonomi masyarakat yang bergerak dalam skala terbatas,

---

[24] praisy gabriella wonok and Sjendry Loindong, "Pengaruh Minat Transaksional, Refrensial, Dan Prefensial Terhadap Minat Mereferensikan Produk Roxy Di Quicksilver Mantos," *Jurnal Emba* 6, no. 4 (2018): 2108–17.

[25] Anwar, Suhadarliyah, and Mariana, *Kewirausahaan Berbasis UMKM* (lombok barat: Seval Literindo Kreasi, 2023). Hal 9

dengan batasan tertentu terkait kekayaan bersih, omzet tahunan, serta kepemilikan usaha. UMKM dikategorikan sebagai unit usaha dengan ukuran dan lingkup tertentu yang membedakannya dari perusahaan berskala besar. Penetapan kriteria tersebut bertujuan agar UMKM dapat menjalankan aktivitasnya sesuai kemampuan dan sumber daya yang dimiliki, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi daerah serta memperluas inklusi sosial.

Menurut Joseph Schumpeter, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki posisi penting dalam mendorong inovasi serta perkembangan kewirausahaan. Meskipun skala usahanya relatif kecil dan cenderung menghadapi risiko yang lebih besar dibandingkan perusahaan besar, UMKM justru menyimpan peluang signifikan bagi pertumbuhan serta dinamika perekonomian. Schumpeter menegaskan bahwa UMKM tidak sekadar berperan sebagai penyedia produk maupun jasa, melainkan juga menjadi penggerak utama lahirnya inovasi melalui gagasan baru, penerapan teknologi, serta metode produksi yang mampu mengubah arah industri secara fundamental.[26]

b. Karakteristik UMKM

Karakteristik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada umumnya mencakup pangsa pasar yang relatif terbatas, pengelolaan yang masih didominasi oleh individu, keluarga, atau kelompok kecil,

[26] Tri Wahyu, *BISNIS MIKRO, KECIL DAN MENENGAH* (malang: Literasi Nusantara Abadi, 2021). Hal 48

serta keterbatasan dalam sumber daya alam maupun manusia dan akses terhadap permodalan. Selain itu, pelaku UMKM sering mengalami hambatan dalam memperoleh informasi, sedangkan aspek pencatatan akuntansi maupun pelaporan keuangan kerap kali dilakukan dengan bantuan pihak lain (Crovini, 2019).

Menurut Hafni dan Rozali (2017), terdapat sejumlah ciri khas UMKM yang hampir seragam.

a) Tidak adanya pemisahan yang jelas antara fungsi administrasi dan operasional, mengingat sebagian besar usaha ini dikelola langsung oleh pemilik yang merangkap sebagai pengelola.
b) akses UMKM terhadap lembaga keuangan formal masih rendah, sehingga modal utama biasanya berasal dari dana pribadi, dukungan keluarga, kerabat, atau lingkungan pertemanan. Bahkan, tidak jarang pelaku UMKM terjerat pinjaman dari rentenir.
c) sebagian besar usaha kecil belum memiliki bentuk badan hukum yang sah.
d) Sekitar sepertiga UMKM bergerak di sektor makanan, minuman, dan tembakau, sementara sisanya tersebar di industri tekstil, kayu, bambu, rotan, serta kerajinan lain yang umumnya masih menggunakan peralatan sederhana dan proses produksi yang relatif tidak kompleks.

Jika ditinjau dari sisi komoditas, UMKM masih menampilkan beberapa karakteristik, di antaranya:

a) kualitas produk belum konsisten sesuai standar karena keterbatasan teknologi
b) desain produk masih sederhana dan minim inovasi
c) jenis produk yang dihasilkan relatif terbatas
d) kapasitas produksi dan variasi harga masih rendah standarisasi mutu bahan baku sulit dicapai
e) keberlanjutan produk sering kali tidak stabil.[27]

c. Peranan UMKM

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting bagi pembangunan ekonomi negara, maka dari itu pemerintah memandang perlunya kehadiran para pelaku UMKM. Maka dari itu pemerintah memberikan perhatian lebih kepada para pelaku UMKM yang ikut serta dalam pembangunan ekonomi rakyat kecil. Kemampuan UMKM yang mampu bertahan dalam menghadapi krisis adalah salah satu alasan mengapa negara perlu mendukung srta memberikan apresiasi yang layak kepada pelaku UMKM.

Departemen koperasi dalam perekonomian Indonesia mengemukakan beberapa peran penting dari usaha UMKM, antara lain

1) Sebagai pemeran utama dalam pemerataan kegiatan ekonomi.

UMKM menjadi salah satu instrumen strategis dalam menciptakan pemerataan ekonomi, khususnya bagi masyarakat

[27] Sri Sarjana et al., *MANAJEMEN UMKM (Konsep Dan Strategi Di Era Digital) Penulis*, ed. debi Eka putri (purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA, 2022).

dengan skala usaha kecil. Penyebaran UMKM yang relatif merata di berbagai daerah menjadikannya berbeda dengan perusahaan besar yang umumnya terkonsentrasi di lokasi tertentu. Fakta bahwa UMKM hadir hampir di seluruh provinsi di Indonesia memperlihatkan kontribusinya dalam mempersempit kesenjangan sosial-ekonomi. Dengan demikian, UMKM berperan signifikan dalam mengurangi disparitas antara kelompok masyarakat miskin dan kaya, serta mendukung terciptanya distribusi kesejahteraan yang lebih adil.

2) Sebagai penyedia lapangan pekerjaan terbesar

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam menyediakan lapangan pekerjaan. Hal ini terjadi karena jumlah angkatan kerja di Indonesia terus meningkat seiring dengan besarnya populasi, sementara kemampuan usaha besar (UB) untuk menyerap tenaga kerja masih terbatas. Ketidakmampuan usaha besar dalam menciptakan cukup banyak kesempatan kerja membuat sektor UMKM menjadi alternatif yang signifikan. Dengan terbukanya lapangan kerja melalui UMKM, banyak tenaga kerja dapat terserap sehingga secara tidak langsung membantu pemerintah mengurangi tingkat pengangguran. Oleh sebab itu, keberadaan UMKM diyakini mampu mendukung program pengentasan kemiskinan melalui penciptaan peluang kerja baru.

3) Membangun kesejahteraan masyarakat

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi yang signifikan dalam pembangunan perekonomian nasional, terutama dalam mendukung kebutuhan ekonomi masyarakat di tingkat lokal baik pada masa kini maupun masa mendatang. Keberadaan UMKM terbukti memberikan dampak positif terhadap aktivitas ekonomi masyarakat sekaligus berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Ketangguhan UMKM juga terlihat ketika Indonesia menghadapi krisis moneter, di mana sektor ini mampu bertahan lebih baik dibandingkan perusahaan berskala besar. Kondisi tersebut dapat terjadi karena kegiatan usaha UMKM tidak terlalu bergantung pada modal dalam jumlah besar maupun pinjaman dari luar negeri yang menggunakan mata uang asing. Oleh sebab itu, ketika terjadi gejolak nilai tukar, perusahaan besar yang umumnya menggunakan pembiayaan berbasis valuta asing lebih rentan terkena dampak krisis dibandingkan dengan UMKM.

4) Penciptaan pasar baru dan sumber inovasi

Keberlanjutan UMKM dapat dilihat dari keberhasilannya berinovasi, mengelola sumber daya manusia dan pelanggan, serta mengembalikan modal awal. Hal ini menunjukkan adanya orientasi pertumbuhan dan komitmen untuk terus berinovasi secara berkelanjutan.

5) Sebagai salah satu penyumbang devisa bagi negara

UMKM memiliki kontribusi signifikan dalam menghasilkan devisa negara serta mendukung neraca pembayaran. Pada awal perkembangannya, UMKM lebih dikenal sebagai penyedia lapangan kerja dan motor penggerak pembangunan ekonomi, khususnya di wilayah pedesaan maupun daerah. Namun, seiring perkembangan zaman dan masuknya era globalisasi, peran UMKM semakin meluas menjadi salah satu sumber utama devisa ekspor non-migas Indonesia. Selain itu, kontribusinya terhadap neraca pembayaran juga membantu pemerataan pendapatan sehingga dapat menekan kesenjangan sosial-ekonomi. UMKM menjadi wadah tumbuhnya wirausaha muda yang mandiri serta tidak bergantung pada impor, karena dalam aktivitasnya lebih banyak memanfaatkan bahan baku dan sumber daya lokal. Kondisi ini pada akhirnya mampu menciptakan penghematan devisa yang cukup besar bagi negara.[28]

F. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Menurut Undang-undang nomor 7 tahun 1992 pasal 1 ayat 1 menjelaskan perbankan syariah adalah badan usaha yang menghimpun dana dar masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada

[28] Dewi Suryani Purba et al., *Manajemen Usaha Kecil Dan Menengah*, ed. Abdul Karim and Janner Simarmata (medan: Yayasan Kita Menulis, 2021). Hal 34-35

masyarakat dalam rangka menigkatkan taraf hidup masyarakat banyak. Kemudian dalam undang-undang nomor 10 tahun 1998 pasal 1 ayat 13 dijelaskan prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak yang lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kgiatan lainnya yang dinyatakan dalam prinsip syariah meliputi prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musyarakah), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah), atau sewa-menyewa (ijarah).[29]

Kemudian dalam undang undang nomor 21 tahun 2008 pasal 1 menyebutkan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah, unit keuangan syariah, yang mencangkup kelembagaan, kegiatan usaha, serta dalam proses kegiatan usahanya. Dalam undang-undang yang sama dijelaskan bahwa Bank Syariah adalah bank yang melakukan proses operasionalnya menggunakan prinsip prinsip syariah yang menurut jenisnya dibagi menjadi bank umum syariah dan juga bank pembiayaan rakyat syariah.

Syariah adalah ketentuan hukum islam yang mengatur mengenai aktifitas manusia yang berisi perintah dan juga larangan, baik mncangkum hubungan bertikal dengan tuhan, maupun horizontal dengan sesame makhluk. Dari ketentuan tersebut maka harus disikapu bahwa Bank

[29] Amiruddin, *PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA*, ed. Nasrullah bin sapa (gowa: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, 2022). Hal 41

Syariah tidak hanya mementingkan hubungan manusia tetapi juga harus dilengkapi dengan Langkah dan bukti ketakwaan kepada allah dalam melaksanakan seluruh aturannya.[30]

b. Prinsip perbankan syariah

Bank Syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Implementasi prinsip syariah adalah hal yang membedakannya dengan bank konvnsional. Pasal 2 undang-undang perbankan syariah menyebutkan bahwa Bank Syariah memiliki 3 asas yaitu prinsp syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian.

Dari penjelasan mengenai undang undang Bank Syariah diatas maka dijelaskan bahwa kegiatan usaha yang dilakukan oleh Bank Syariah dijalankan diatas prinsip syariah, antara lain kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur:

1) Riba, Riba merupakan penambahan pendapatan yang tidak sah, misalnya pada pertukaran barang sejenis yang tidak seimbang (fadhl) atau pinjaman yang mewajibkan pengembalian lebih besar dari pokok karena waktu pelunasan (nasi'ah). Para ulama sepakat bahwa riba haram, sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an surat Ali Imran ayat 130 yang melarang memakan harta riba secara berlipat ganda. Seluruh mazhab Islam menganggap praktik riba

[30] Andrianto and Anang Firmansyah, *MANAJEMEN BANK SYARIAH (Implementansi Teori Dan Praktek)*, ed. Qiara Media (surabaya: PENERBIT QIARA MEDIA, 2019), http://qiaramediapartner.blogspot.com.

sebagai dosa besar, meski terdapat perbedaan pandangan mengenai bentuk-bentuk transaksi yang termasuk kategori riba.

2) Maisir, Maisir adalah transaksi yang bersifat spekulatif dan bergantung pada ketidakpastian, sehingga menyerupai perjudian. Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 90 secara tegas melarang maisir karena dianggap sebagai perbuatan keji yang merugikan. Dalam praktiknya, perjudian dapat memberikan keuntungan besar tanpa usaha yang sepadan, namun juga dapat menimbulkan kerugian yang signifikan. Ketidakseimbangan tersebut bertentangan dengan prinsip keadilan dalam Islam, sehingga maisir dinyatakan haram dalam sistem keuangan syariah.
3) Gharar, Gharar merupakan bentuk transaksi yang mengandung ketidakjelasan, baik mengenai objek yang diperjualbelikan, status kepemilikannya, lokasi keberadaannya, maupun kemampuannya untuk diserahkan pada saat akad dilakukan, kecuali jika syariah mengatur sebaliknya. Praktik ini dilarang karena menimbulkan dampak negatif dalam kehidupan ekonomi, sebab gharar dipandang sebagai cara memperoleh keuntungan dengan jalan yang batil. Larangan tersebut ditegaskan dalam Al-Qur'an, salah satunya pada surat Al-Baqarah ayat 188: *"Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain di antara kamu dengan cara yang batil, dan janganlah kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebagian daripada harta*

benda orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui".

4) Haram, adalah transaksi yang objeknya dilarang dalam agama islam
5) Zalim, adalah transaksi yang mengakibatkan ketidakadilan bagi suatu pihak, keadilan merupakan pedoman yang wajib dianut oleh Bank Syariah manapun untuk mewujudkan perbankan yang kuat. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dalam operasionalnya Bank Syariah harus selalu berada dalam prinsip keadilan, kemitraan, transparansi, universal (tidak membedakan).[31]

G. Produk Pembiayaan

a. Definisi produk pembiayaan Bank Syariah

Produk pembiayaan pada Bank Syariah adalah produk penyaluran dana yang dilaksanakan berdasarkan prinsip-prinsip syariah (misalnya bagi hasil, jual beli, sewa) untuk membiayai kebutuhan nasabah maupun usaha. Pembiayaan diposisikan tidak sekadar sebagai hubungan debitur-kreditur, tetapi sebagai bentuk kemitraan (partnership) antara penyandang dana (shahibul maal) dan pengelola/penerima dana (mudharib/mitra) sehingga risiko dan/atau keuntungan dibagi sesuai akad dan ketentuan syariah.[32]

---

[31] Amiruddin, *PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA*. Hal 55

[32] Rizki tri anugrah bhakti and Tri Artanto, "RUANG LINGKUP PEMBIAYAAN PADA PERBANKAN SYARIAH DALAM SISTEM HUKUM NASIONAL," *Jurnal Petita* 3 (2021): 1–13, https://journal.unrika.ac.id/index.php/petita/index.

Menurut literatur perbankan syariah, pembiayaan diartikan sebagai penyaluran dana oleh lembaga keuangan syariah untuk memenuhi kebutuhan nasabah, yang dapat dilakukan berdasarkan prinsip bagi hasil, sewa, jual beli, atau melalui akad pelengkap. Dalam perspektif fiqh dan praktik, pembiayaan sering didefinisikan lebih teknis sesuai jenis akadnya (misalnya mudharabah, musyarakah, murabahah), sehingga definisi operasionalnya bergantung pada akad yang digunakan.

Secara ringkas: produk pembiayaan Bank Syariah adalah serangkaian instrumen/akad untuk menyalurkan dana kepada pihak yang membutuhkan, dilaksanakan menurut prinsip-prinsip syariah sehingga pengembalian/imbal hasil diatur lewat mekanisme bagi hasil, jual beli, sewa, atau akad pelengkap lainnya.

b. Jenis produk pembiayaan Bank Syariah

1) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil

- Musyarakah: Akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi modal dan keuntungan/kerugian dibagi menurut kesepakatan. Ciri khasnya adalah pembagian laba berdasarkan nisbah yang disepakati.
- Mudharabah: Akad kerja sama di mana satu pihak menyediakan modal (shahibul maal) dan pihak lain (mudharib) mengelola usaha. Keuntungan dibagi menurut nisbah yang disepakati,

sementara kerugian finansial ditanggung oleh pemilik modal kecuali disebabkan kelalaian mudharib.

- Muzāra‘ah / Musāqah: Bentuk-bentuk bagi hasil dalam kerjasama agraris yang diadopsi dalam proyek-proyek tertentu di perbankan syariah

2) Pembiayaan dengn prinsip sewa (ijarah)

Akad sewa untuk pemakaian barang atau jasa dengan pembayaran imbalan tertentu tanpa perpindahan kepemilikan. Dalam pembiayaan ijarah, bank memberikan hak guna atas aset kepada nasabah dengan imbal sewa.

3) Pembiayaan dengan prinsip jual beli

- Murabahah: Pembiayaan jual beli di mana bank membeli barang dan menjualnya kembali kepada nasabah dengan margin keuntungan yang disepakati.
- Istisnaʿ: Akad pesanan untuk pembuatan barang tertentu dengan spesifikasi dan syarat waktu tertentu, biasanya untuk manufaktur dan konstruksi.
- Salam: Akad jual beli atas barang yang belum ada pada saat akad, dimana pembayaran dilakukan di muka dan barang diserahkan di masa depan.[33]

[33] Sufyan, “PRODUK PEMBIAYAAN PADA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH,” *RisâlaH Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam* 6, no. 2 (2020): 1–15.

H. Kajian Terdahulu

Tabel 2.1 Tabel Kajian Terdahulu

Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan
Nafis usfadhiya dan miswan ansori (2024)	Pengaruh pengetahuan produk dan akses informasi terhadap minat menggunakan produk pembiayaan lembaga keuangan syariah di pt urecell	Penelitian ini menunjuukan bahwa pengetahuan produk memiliki pengaruh yang posirif terhadap minat para pegawai dalam menggunakan pembiayaan di perbankan syariah dan begitu juga dengan variabel akses informasi yang sama sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minar karyawan dalam melakukan pembiayaan	Perbedaan pada penelitian ini dengna penelitian yang dilakukan oleh nafis adalah bahwa penelitian yang dilakukan oleh nagis dan miswan hanya memiliki dua variabel yaitu variabel pengetahuan produk dan akses informasi yang diman hal tersebut tidak meneliti variabel prosedur bank yang dimana variabel tersebut juga memungkinan untuk memengaruhi minat para karyawan yang diteliti, kemudian yang berbeda dengan penelitian ini adalah karyawan yang menjadi sampel pada penelitiannya sedangkan penelitian yang

			saya lakukan memilih para pelaku UMKM yang menjadi populasi dan juga sampelnya untuk diteliti.[34]
Siti Aisyah & Muhammad Arif (2021)	Pengaruh Pengetahuan dan Kesadaran Nasabah Akan Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Fasilitas Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di Bank Syariah Indonesia Area Kota Medan	penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan kesadaran nasabah tentang prinsip, produk, dan layanan Bank Syariah berpengaruh besar terhadap pilihan mereka dalam mengambil pembiayaan, terutama KUR. Nasabah yang paham konsep syariah lebih memilih Bank Syariah daripada bank konvensional. Hasilnya menegaskan pentingnya edukasi produk syariah untuk meningkatkan minat masyarakat. Namun, penelitian ini hanya	Penelitian ini menekankan pengaruh pengetahuan dan kesadaran nasabah terhadap keputusan memilih KUR Syariah, tetapi penelitian hanya berfokus pada nasabah umum, bukan pada UMKM yang memiliki karakteristik dan hambatan berbeda. Selain itu, penelitian ini tidak meneliti faktor eksternal lainnya seperti kemudahan akses dan kualitas pelayanan. Akibatnya, hasil penelitian belum mampu menggambarkan secara menyeluruh faktor yang

[34] Nafis Usfadhiya and Miswan Ansori, "Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Akses Informasi Terhadap Minat Menggunakan Produk Pembiayaan Lembaga Keuangan Syariah Di Pt Urecell," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 7, no. 2 (2024): 656–66, https://doi.org/10.25299/jtb.2024.vol7(2).19005.

		membahas dua variabel, yaitu pengetahuan dan kesadaran, serta berfokus pada nasabah umum, bukan pelaku UMKM.	memengaruhi minat UMKM terhadap pembiayaan syariah.[35]
Teddi Tanwijaya (2019)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Kecamatan Umbulharjo Yogyakarta).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan dan prosedur berpengaruh signifikan terhadap minat UMKM dalam mengajukan pembiayaan ke Bank Syariah, sedangkan reputasi bank berpengaruh lebih kecil. Kemudahan dan kecepatan prosedur menjadi faktor utama bagi UMKM dalam memilih lembaga pembiayaan. Semakin sederhana dan jelas prosedurnya, semakin tinggi minat UMKM untuk mengajukan pembiayaan. Namun, penelitian	Penelitian Teddi Tanwijaya menemukan bahwa pelayanan dan prosedur memengaruhi minat UMKM, tetapi penelitian ini tidak mencakup variabel pengetahuan produk maupun kemudahan akses. Padahal, pemahaman UMKM terhadap produk serta keterjangkauan akses fisik dan digital merupakan faktor penting dalam proses pengambilan keputusan. Keterbatasan ini membuat penelitian tersebut belum mampu

[35] Aisyah and Arif, "Pengaruh Pengetahuan Dan Kesadaran Nasabah Akan Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Fasilitas Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah Di Bank Syariah Indonesia Area Kota Medan."

		ini belum membahas pengetahuan produk dan kemudahan akses, sehingga belum mencakup semua faktor yang memengaruhi minat UMKM.	menjelaskan secara lengkap aspek-aspek yang memengaruhi minat UMKM.[36]
mam Abdul Aziz, Junaidi & Andri Brawijaya (2024)	*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Aksesibilitas UMKM Terhadap Pembiayaan di Bank Syariah (Studi Pada UMKM Kampung Lembur Sawah Mulyaharja).*	Penelitian kuantitatif pada 86 UMKM menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi aksesibilitas mereka terhadap pembiayaan di Bank Syariah meliputi kemudahan persyaratan, jarak/akses fisik ke bank, serta pengetahuan mengenai produk dan prosedur. Dengan kata lain, semakin mudah akses secara fisik dan administratif serta semakin tinggi pemahaman UMKM, semakin	Penelitian ini berfokus pada aksesibilitas pembiayaan syariah yang dipengaruhi oleh kemudahan persyaratan, jarak, dan pengetahuan UMKM, tetapi kajiannya hanya menekankan aspek akses, bukan minat UMKM dalam mengajukan pembiayaan. Selain itu, penelitian tersebut belum menilai pengaruh kualitas pelayanan, yang merupakan salah satu faktor penting dalam minat dan keputusan UMKM. Dengan demikian, penelitian ini belum

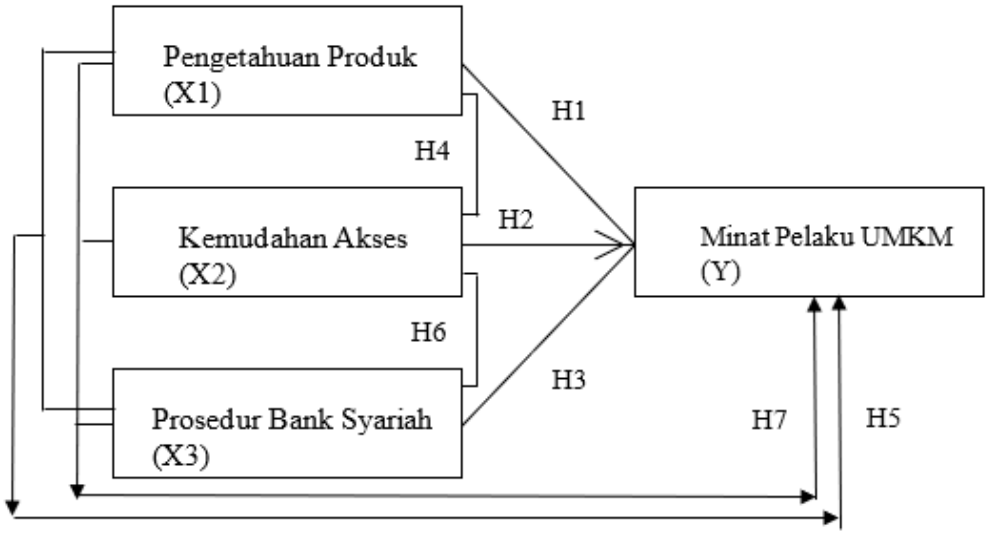
[36] Teddi Tanwijaya, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT UMKM MENGAJUKAN PEMBIAYAAN TERHADAP PERBANKAN SYARIAH (STUDY KASUS KECAMATAN UMBULHARJO YOGYAKARTA)" (yogyakarta: fakultas agama islam universitas muhammadiyah yogyakarta, 2019).

		besar pula peluang mereka untuk mengakses pembiayaan.	sepenuhnya menjelaskan hubungan antar faktor yang memengaruhi minat UMKM.[37]
Nur Syafaah & Luh Gede Kusuma Dewi (2023)	Mengungkap Motivasi UMKM dalam Keputusan untuk Menggunakan Fasilitas Pembiayaan di BTPN Syariah: Studi Kasus Nasabah BTPN Syariah Gerokgak	Penelitian kualitatif pada enam nasabah UMKM menunjukkan bahwa motivasi mengajukan pembiayaan ke Bank Syariah dipengaruhi oleh: kemudahan prosedur dan persyaratan, transparansi akad dan kontrak syariah, pelayanan bank, dan adanya program-program dukungan terhadap nasabah UMKM. Artinya, aspek prosedur dan pelayanan sangat menentukan minat UMKM.	Penelitian kualitatif ini menunjukkan bahwa kemudahan prosedur, pelayanan, dan transparansi akad memengaruhi motivasi UMKM, tetapi penelitian dilakukan tanpa pengukuran kuantitatif sehingga tidak dapat menunjukkan pengaruh langsung antar variabel. Selain itu, penelitian ini belum menjelaskan peran pengetahuan produk sebagai faktor yang berdiri sendiri. Hal ini menyebabkan hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara lebih luas.[38]

[37] Imam Abdul Aziz, Junaidi, "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI AKSESIBILITAS UMKM TERHADAP PEMBIAYAAN DI Bank Syariah (STUDI PADA UMKM KAMPUNG LEMBUR SAWAH MULYAHARJA)." Journal of Islamic Economic Scholar Vol. 4 no. 1 (2024)

[38] Nur Syafaah and Dewi Luh Gede Kusuma, "Mengungkap Motivasi UMKM Dalam Keputusan Untuk Fasilitas Pembiayaan Di BTPN Syariah(Studi Kasus Nasabah BTPN Syariah Gerokgak)," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika* 15, no. 1 (2025): 70–80.

I. Kerangka Pemikiran



J. Hipotesis

Berdasarkan uraian teoritis dan kajian terdahulu maka hipotesis yang diajukan adalah:

1. Pengaruh pengetahuan produk terhadap minat pelaku UMKM

   Pengetahuan produk merupakan pemahaman UMKM mengenai manfaat, fitur, syarat, serta prosedur dari produk pembiayaan yang ditawarkan bank. Semakin tinggi pengetahuan produk yang dimiliki pelaku UMKM, maka semakin besar rasa percaya dan keyakinan mereka untuk menggunakan produk tersebut. Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyebutkan bahwa informasi dan pemahaman tentang suatu produk akan meningkatkan minat dalam pengambilan keputusan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Humaira serta Zulfiah juga menunjukkan bahwa pengetahuan produk

memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan keuangan syariah. Dengan demikian, pengetahuan produk diduga memberikan kontribusi positif terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan di BSI.

2. Pengaruh kemudahan akses terhadap minat pelaku UMKM

   Kemudahan akses menggambarkan seberapa mudah layanan pembiayaan dapat dijangkau dan digunakan oleh UMKM, mulai dari informasi prosedur, akses kantor atau platform digital, hingga waktu proses pengajuan. Berdasarkan model Technology Acceptance Model (TAM), persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) akan meningkatkan niat individu untuk menggunakan suatu layanan. Penelitian terdahulu oleh Fauzi menemukan bahwa kemudahan akses memiliki pengaruh signifikan terhadap minat UMKM dalam menggunakan produk pembiayaan. Oleh karena itu, kemudahan akses diprediksi menjadi faktor penting yang memengaruhi minat UMKM mengajukan pembiayaan di BSI.

3. Pengaruh prosedur pembiayaan bank terhadap minat pelaku UMKM

   Prosedur bank merujuk pada tahapan, persyaratan, dan dokumen yang harus dipenuhi oleh UMKM untuk mengajukan pembiayaan. Prosedur yang dianggap jelas, sederhana, tidak berbelit-belit, dan mudah dipahami cenderung meningkatkan minat UMKM untuk mengakses layanan pembiayaan. Teori perilaku konsumen menegaskan bahwa kemudahan proses (effort expectancy) akan meningkatkan niat

penggunaan layanan. Penelitian Aini dan Ramadhani menunjukkan bahwa prosedur bank secara signifikan memengaruhi minat nasabah dalam mengajukan pembiayaan. Dengan demikian, prosedur bank yang efisien diperkirakan berpengaruh positif terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan di BSI.

4. Pengetahuan Produk dan Kemudahan Akses Berpengaruh terhadap Minat Pelaku UMKM

   Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, niat seseorang untuk bertindak dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Dalam pembiayaan syariah, pengetahuan produk berperan dalam membangun sikap positif, sedangkan kemudahan akses memperkuat persepsi kontrol perilaku karena memberikan rasa mampu bagi nasabah. Sejalan dengan temuan Sari & Rahman ,sinergi antara literasi produk dan aksesibilitas digital secara simultan mendorong minat pelaku UMKM untuk memanfaatkan layanan Bank Syariah Indonesia (BSI).

5. Pengetahuan Produk dan Prosedur Bank Syariah Berpengaruh terhadap Minat Pelaku UMKM

   Merujuk pada *Cognitive Learning Model*, konsumen merupakan hasil dari pengolahan informasi yang mencakup pengetahuan, persepsi, dan pengalaman. Dalam konteks perbankan syariah, pemahaman mengenai produk berfungsi sebagai landasan kognitif, sementara prosedur perbankan bertindak sebagai stimulus penentu. Minat nasabah

untuk mengajukan pembiayaan akan meningkat apabila prosedur yang transparan dan sederhana mampu memperkuat pengetahuan produk tersebut menjadi persepsi positif. Sebaliknya, prosedur yang kompleks dapat menghambat konversi pengetahuan menjadi niat bertindak.

6. Kemudahan Akses dan Prosedur Bank Syariah Berpengaruh terhadap Minat Pelaku UMKM

   Menurut Technology Acceptance Model, kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh langsung terhadap minat seseorang dalam menggunakan sistem atau layanan tertentu. Ketika digabungkan dengan teori Service Quality, kemudahan akses dan prosedur yang efisien menjadi dua indikator penting dalam persepsi kualitas layanan (*service quality perception*) nasabah. Kemudahan akses memberikan rasa nyaman dan efisiensi waktu, sedangkan prosedur yang sederhana menciptakan pengalaman pelayanan yang positif. Kombinasi kedua faktor ini membentuk citra layanan yang baik dan meningkatkan minat pelaku UMKM untuk menggunakan pembiayaan syariah.

7. Pengaruh pengetahuan produk, kemudahan akses, dan prosedur pembiayaan di Bank Syariah terhadap minat pelaku UMKM

   Secara simultan, ketiga variabel tersebut membentuk suatu rangkaian faktor yang saling melengkapi dalam memengaruhi keputusan UMKM untuk mengajukan pembiayaan. Pengetahuan produk memberikan dasar informasi bagi pelaku UMKM mengenai manfaat, karakteristik, dan risiko dari produk pembiayaan syariah,

sehingga meningkatkan pemahaman serta kepercayaan terhadap layanan yang akan digunakan. Di sisi lain, kemudahan akses menjadi aspek penting karena mampu mengurangi hambatan teknis dan operasional, baik melalui kemudahan memperoleh informasi, ketersediaan layanan digital, maupun keterjangkauan kantor cabang, sehingga UMKM merasa proses pengajuan pembiayaan lebih praktis dan efisien.

Sementara itu, prosedur bank yang jelas, terstruktur, serta tidak berbelit-belit memberikan kepastian bagi UMKM dalam menjalankan proses administrasi pembiayaan. Ketika prosedur dianggap sederhana dan transparan, UMKM tidak merasa terbebani oleh persyaratan atau tahapan pengajuan. Jika ketiga variabel ini berjalan secara bersamaan, maka kecenderungan UMKM untuk mengambil keputusan mengajukan pembiayaan akan meningkat secara signifikan. Hal ini sejalan dengan teori perilaku terencana (Theory of Planned Behavior) yang menjelaskan bahwa minat seseorang dipengaruhi oleh kombinasi persepsi kemudahan, pengetahuan, dan kondisi pendukung lainnya. Oleh karena itu, pengetahuan produk, kemudahan akses, dan prosedur bank diprediksi memiliki pengaruh positif secara simultan terhadap minat UMKM untuk mengajukan pembiayaan di BSI.

Berdasarkan kerangka pemikiran dan keterkaitan antar variabel yang telah dipaparkan di atas dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 (H1) Pengetahuan Produk (X_1) pembiayaan syariah berpengaruh positif terhadap minat pelaku usaha UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah (Y).
2. Hipotesis 2 (H2) : Kemudahan Akses (X_2) produk pembiayaan syariah berpengaruh positif terhadap minat pelaku usaha UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah (Y).
3. Hipotesis 3 (H3) : prosedur pembiayaan (X_3) berpengaruh positif terhadap minat pelaku usaha UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah (Y).
4. Hipotesis 4 (H4) : Pengetahuan Produk (X_1) dan Kemudahan Akses (X_2) berpengaruh positif terhadap minat pelaku usaha UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah (Y).
5. Hipotesis 5 (H5) : Pengetahuan Produk (X_1) dan Prosedur pembiayaan (X_3) berpengaruh positif terhadap minat pelaku usaha UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah (Y).
6. Hipotesis 6 (H6) : Kemudahan Akses (X_2), dan Prosedur pembiayaan (X_3) berpengaruh positif terhadap minat pelaku usaha UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah (Y).
7. Hipotesis 7 (H7) : Pengetahuan Produk (X_1), Kemudahan Akses (X_2), dan prosedur pembiayaan (X_3) berpengaruh positif terhadap minat pelaku usaha UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah

(Y).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Hardani menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian ilmiah yang terstruktur terhadap fenomena serta hubungannya. Proyono menjelaskan penelitian kualitatif adalah pemikiran ilmiyah yang di dalamnya terdapat proses pembentukan ide dan juga gagaasan yang diberlakukan secara ketat dan menggunakan prinsip nomotetikdan menggunakaan pola dedutif.[39]

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

a) Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan secara langsung maupun tidak langsung di pasar sibolga nauli yang berada di kota Sibolga

b) Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari bulan desember hingga penelitian ini selesai.

C. Jenis dan sumber data

a) Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari para responden menggununakan kuesioner yanng bertujuan untuk mengetahui pengaruh variable terlibat terhadap minat pelaku UMKM.

---

[39] Yama Sumbodo and Marzuki, *Metode Penelitian Panduan Lengkap Untuk Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Campuran* (Medan: PT Media Penerbit Indonesia, 2024). Hal 19

b) Sekunder

data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber lainnya yang sudah ada dan berhubungan dengan topik penelitian. Data sekunder dapat diperoleh dari bukti, catatan, buku, jurna, histori, yang suda tersusun dalam arsip, data documenter, maupun melalui web seperti BPS, OJK dan sebagainya. Sari dan zefri menjelaskan bahwa data sekunder adalah data informasi yang tidak dapat diperoleh langsung dari para sumber atau responden.[40]

D. Populasi

Populasi adalah kumpulan unit yang akan ditelitit ciri-cirinya, dan apabila populasi terlalu luas dan juga terlalu banyak maka peneliti harus mengambil sampel untuk diteliti, populasi yang akan diteliti oleh peneliti adalah UMKM yang berada di pasar sibolga nauli yang berjumlah 1.262 UMKM.

E. Sampel

Sampel adalah komponen dari jumlah populasi, jumlah popullasi yang terlalu banyak akan menyulitkan peneliti dalam proses pengumppulan data, maka dari itu penelitian ini dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi dan hasil data dari sampel akan diperlakukan untuk semua populas. Maka dari itu sampel yang diteliti harus tepat. Dalam penelitian ini sampel yang akan digunakan diperoleh ditentukan menggunakan teknis simple random

[40] Tamaulina Sembiring and Irmawati, *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori Dan Praktik)*, ed. Bambang Ismaya (karawang: Saba Jaya Publisher, 2024).

sampling, simple tandom sampling merupakan Teknik pemilihan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan suatu fakt yang ada di dalam populasi. Setiap orang dalam populasi memiliki hak yang sama untuk dijadikan sebagii sampel. Sampel diambil dari perhitungan jumlah seluruh UMKM yang ada di pasar sibolga nauli maka metode slovin digunakan untuk menentukan jumlah sampel karena jumlah populasinya sudah diketahui.[41]

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = besaran sampel

N = jumlah populasi

e = nilai batas ketelitian yang diinginkan / *margin of error*

$$n = \frac{1.262}{1 + 1.262(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.262}{1 + \ 12,62}$$

$$n = \frac{1.262}{13,62}$$

$$n = 93$$

Berdasarkan data yang diperoleh, yaitu jumlah UMKM di pasar Sibolga sambas yang berjumlah 1.262 maka jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan *margin of error* sebesar 10% dari jumlah keseluruhan sampel, maka dari itu jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 93 responden.

[41] Fathor Rasyid, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Teori, Metode, Dan Praktek* (Kediri: IAIN Kediri Press, 2022). Hal 125

F. Defenisi Operasional Variabel

Variable penelitian adalah segala sesautu yang beberbentuk apa saja yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti agar mendapatkan informasi mengenai hal tersebut dan diambil kesimpulannya. Variabel dibagi mejadi dua variabel penelitian, yaitu variabel terikat (*dependent varable*) dan variabel bebas (*independen variable*).

1. Variabel terikat (*dependent variable*)

   Variable terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, variabel bebas dalam penelitian ini adalah minat UMKM dalam mengajukan atau menggunakan produk pembiayaan di Bank Syariah (Y).

2. Variabel bebas (*independen variable*)

   Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau suatu hal yang menjadi sebab suatu variabel terikat ada atau berubah yang terjadi terjadi karena adanya pengaruh dari variabel bebas itu sendiri. Dalam penelitian ini yang termasuk kedalam variabel bebas adalah pengetahuan produk (X1), kemudahan akses (X2), dan juga prosedur bank (X3).

Menurut sugiono yang dimaksud dengan operasional variabel dalah suatu sifat atau nilai dari orang, kegiatan yang mempunyai variabel dapat ditentukan oleh peneliti untuk diteliti kemudian ditarik kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan tersebut.[42]

---

[42] Suhardi Mukhlis, *Metodologi Peneitian Sosial*, ed. Nirlita Asri (purballingga: Eureka Media Aksara, 2022). Hal 159

Adapun variabel dan juga operasionalnya dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengtahuan Produk

   pengatahuan produk adalah sejauh mana para pelaku UMKM mengatahui dan memahami mengenai jenis, manfaat, serta mekanisme produk pembiayaan yang ada di Bank Syariah. Pemahaman yang baik akan memudahkan para pelaku UMKM untuk menyesuaikan jenis pembiayaan apa yang tepat untuk usaha mereka, dalam konteks penelitian, pengetahuan produk menjadi factor penting yang memengaruhi keputusan UMKM untuk memanfaatkan pembiayaaan Syariah. Indikator pengetahuan produk antara lain:

   a) Pengetahuan merek, yaitu Tingkat pemahaman responden terhadap nama dan reputasi produk pembiayaan Bank Syariah Indonesia.
   b) Terminologi produk, mencangkup Pemahaman responden terhadap istilah-istilah dalam produk pembiayaan syariah seperti murabahah, mudharabah, dan ijarah.
   c) Pengetahuan ciri-ciri produk, yaitu Kemampuan responden menjelaskan karakteristik produk syariah, seperti sistem bagi hasil dan bebas riba.

d) Kepercayaan terhadap produk, yaitu Tingkat keyakinan responden bahwa produk pembiayaan syariah sesuai prinsip Islam dan memberikan manfaat nyata bagi usaha. [43]

2. Kemudahan Akses

Kemudahan akses disini adalah hal yang berkaitan dengan bagaimana layanan Bank Syariah dapat dijangkau oleh para pelaku UMKM, baik dari sisi lokasi dan jumlah cabang yang tersedia, ketersesiaan layanan, dan keterjangnkauan informasi. Jika akses terhadap layanan perbankan Syariah mudah dan tidak menimulkan hambatan besar, maka minat UMKM untuk melakukan pembiayaan akan menigkat. Indikator kemudahan akses yaitu:

a) Mudah dipahami, dalam artian Prosedur pembiayaan mudah dimengerti oleh nasabah
b) Mudah dioprasikan. yaitu Sistem pelayanan, seperti pengajuan atau pemantauan pembiayaan, mudah dijalankan baik secara langsung maupun digital.
c) Mengerjakan keinginan pengguna dengan mudah, Layanan pembiayaan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelaku UMKM secara efisien.
d) Tidak membutuhkan banyak usaha, Proses pengajuan pembiayaan tidak rumit dan tidak memerlukan usaha besar dari nasabah.

[43]Aisah Asnawi, "Berpindah Merek Produk Saat Covid19 : Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Pemasaran Media Sosial," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 6, no. 1 (2022)

e) Fleksibel, Akses layanan pembiayaan dapat dilakukan kapan saja dan menyesuaikan waktu atau kondisi pelaku UMKM. [44]

3. Prosedur Pembiayaan

Prosedur Bank Syariah adalah hal-hal yang mencangkup Langkah-lankah administrasi, persyaratan dokumen, dan juga waktu proses yang dibutuhkan untuk mengajukan pembiayaan di Bank Syariah. Prosedur yang mudah, sederhana, jelas, dan cepat akan meningkatkan minat para pelaku UMKM. Sebaliknya, prosedur yang berbelit dapat menurunkan minat mereka untuk memanfaatkan pembiayaan di Bank Syariah indikator prosedur pembiayaan bank antara lain:

a) Realisasi pembiayaan. Proses pencairan dana pembiayaan dilakukan dengan cepat dan tepat.
b) Kemudahan prosedur. Langkah-langkah pengajuan pembiayaan mudah dipahami dan dijalankan.
c) Kecepatan pelaksanaan. Proses persetujuan hingga pencairan pembiayaan berlangsung cepat.
d) Persyaratan, Syarat administrasi mudah dipenuhi oleh para pelaku UMKM yang ingin melakukan pembiayaan. [45]

4. Minat

---

[44] Supriadi and Fatimah, "Pengaruh Aksesibilitas Dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah: Studi Pada Anggota Komunitas Difabel Blora Mustika."

[45] Widhiani and Oktriawan, "PENGARUH PROSEDUR PEMBIAYAAN ARRUM HAJI TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH NASABAH (Studi Kasus Pada Kantor Cabang Pegadaian (Persero) Syariah Veteran Purwakarta)."

Dalam penelitian ini minat pelaku UMKM merujuk pada keinginan, perhatian, dan ketersediaan mereka untuk mengajukan pembiayaan di Bank Syariah. Yang mana minat tersebut dipengarui oleh sejauh mana mreka mrasa bahwa produk itu bermanfaat, mudah di akses, dan prosesnya tidak menyulitkan, minat ini menjadi variable terkait yang dipengaruhi oleh ketiga dari faktoe sebelumnya. dalam penelitian ini instrument minat adalah sebagai berikut:

a) Minat transaksional, Keinginan pelaku UMKM untuk melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia.
b) Minat reverensional, Kesediaan pelaku UMKM merekomendasikan pembiayaan BSI kepada orang lain.
c) Minat preverensial, Kecenderungan pelaku UMKM lebih memilih pembiayaan BSI dibanding bank lain.
d) Minat explorative, Upaya pelaku UMKM mencari informasi lebih lanjut mengenai pembiayaan di BSI. [46]

G. Instrument penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner untuk alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai keterkaitan antara variabel yang tercantum. Responden diminta untuk menyampaikan pendapat mereka terhadap setiap pertanyaan yang disediakan dengan menentukan tingkat persetujuan mereka.

[46] gabriella wonok and Loindong, "Pengaruh Minat Transaksional, Refrensial, Dan Prefensial Terhadap Minat Mereferensikan Produk Roxy Di Quicksilver Mantos."

Tabel 3.1 Tabel Skala Likert

Alternatif	Keterangan	Skor
A	Sangat Setuju	5
B	Setuju	4
C	Kurang Setuju	3
D	Tidak Setuju	2
E	Sangat Tidak Setuju	1

H. Teknik Pengumpulan Data

Adapun Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner, Kuesioner adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam hal ini kuesioner berperan sebagai instrumen penelitian dan juga kuesioner menjadi wadah untuk mengumpulkan data yang akan diukur secara numerik. Dalam hal ini untuk mengumpulkan data penelitian maka kuesioner akan diberikan kepada responden untuk diisi secara langsung maupun diberikan melalui daring (online).[47]

Dalam penelitian ini jenis kuesioner yang digunakan yaitu kuesioner tertutup, kuesioner tertutup meliputi seperangkat daftar pertanyaan dengan kemungkinan jawaban yang telah disediakan bisa berupa pilihan ganda atau

[47] Ardiansyah, Risnita, and M. Syahran Jailani, "Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif," *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023): 1–9, https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57.

skala likert. Maka dari itu responden hanya diminta untuk memilih salah satu dari beberapa pilihan yang telah diberikan. Pada penelitian ini skala pengukuran pada kuesioner yang digunakan untuk diberikan kepada responden yaitu berbentuk skala likert dengan lima poin, adapun poin-poin ini harus menggambarkan keadaan yang dirasakan dengan pernyataan mendukung atau tidak mendukung.

Adapun pada penelitian ini kuesioner akan diberikan kepada pelaku UMKM di Pasar Sibolga Nauli untuk melihat bagaimana pengetahuan produk, kemudahan akses, dan prosedur bank terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga.

I. Teknik Analisi Data

Analisis data adalah daya yang sudah diperoleh kemudian diolah sehingga hasil dari data yang telah dikumpulkan dapat dibaca dan dipahami oleh para pembaca penelitian. Analisis data berupa informasi dari daya yang telah diperoleh, mengelompokkan hasil dari pengolahan data, meringkas, kemudian membentuk kedimpulan dari data yang telah diolah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan SPSS dalam mengolah data yang telah diapatkan untuk mendapatkan jawaban dan juga kesimpulan. Adapun Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah.[48]

1. Uji Validitas

[48] Shafrida hafni sahir, *Metodologi Penelitian*, ed. Try Koryati (medan: penerbit KMB indonesia, 2021).

Uji validitas (uji keabsahan data) adalah suatu bentuk pengujian yang digunakan untuk menentukan sah atau tidaknya suatu instrument penelitian, hal ini dikarenakan suatu instrument penelitian baru dapat digunakan juka sudah memenuhi kriteria valid dan reliabel. Uji validitas menentukan bahwa setiap butir pernyataan yang digunakan dalam kuesioner mengandung keseluruhan indikator yang akan diukur. Validitas dapat diukur dengan melihat korelasi antara skor yang ada dalam instrumen dengan skor total keseluruhan faktor yang ada.

Dalam penelitian ini pada uii validitas menggunakan rumus korelasi pearson, yang dimana ketentuan suatu instrument dapat dinyatakan valit jika r hitung > daripada r tabel, dan dinyatakan tidak valid jika r hitung < daripada r tabel.[49]

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan memperoleh alat ukur dari data penelitian yang dipercaya kebenarannya sehingga menghasilkan data yang benar-benar sesuai dengan tujuan penelitian dibuat. Tujuan lain dilakukannya uji reliabilitas adalah untuk menguji tingkat konsistensi jawaban responden yang didasarkan pada instrument penelitian yang digunakan. Semakin reliabel sebuah intrumen yang digunakan maka tingkat konistensinya akan semakin tinggi. Uji relilabilitas juga bertujuan untuk melihat tingkat

[49] Soesana Abigail et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ed. Abdul Karim (yayasan kita menulis, 2023). Hal 70-73

sebuah tungkat reliabilitas sebuah penelitian jika dilakukan pada waktu yang berbeda. [50]

Pada penelitian ini menggunakan rumus cronbanch alpha yang dimana nilai pada Cronbanch alpa akan menentukan tingkat reliabilitas dari sebuah instrument penelitian yang digunakan. Rentan nilai cronbanch alpha adalah sebagai berukut:

1) $\alpha < 0{,}50$ maka tingkat reliabilitas rendah
2) $\alpha > 0{,}60$ maka tingkat reliabilitas moderat
3) $\alpha > 0{,}70$ maka tingkat reliabilitas mencukupi
4) $\alpha > 0{,}80$ maka tingkat reliabilitas kuat
5) $\alpha > 0{,}90$ maka tingkat reliabilitas sempurna

3. Uji asumsi klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah teknik pengujian yang dilakukan untuk mengetahui tingkat residua tau perbedaan yang ada dalam penelitian terdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas yang digunakan adalah menggunakan Teknik kolmogorof Smirnov, yang mana uji normalitas yang digunakan dapat ditetapkan normal atau tidaknya dapat dilihat dari ketentuan berikut. [51]

---

[50]Abigail et al. Hal 75- 77

[51] Imam Machali, *METODE KUANTITATIF PENELITIAN Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*, ed. Abdau Habib (yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, 2021). Hal 114

1) Jika nilai signifikansi > 0,05 maka variabel penelitian dapat dinyatakan terdistribusi normal
2) Sebaliknya jika nilai signifikansi < 0,05 maka variabel penelitian dinyatakan tidak terdistribusi dengan normal

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi (hubungan) yang signifikan antara variabel bebas, yang dimana jika ada hubungan yang cukup tinggi maka terdapat aspek yang sama yang diukur di dalam variabel bebas, yang mana hal tersebut tidak layak digunakan untuk mengukur tingkat kontribusi antara variabel bebas dan variabel terikat. Maka untuk menentukan tingkat multikolinearitas dapat dilihat dari ketentuan berikut: [52]

1) Jika nilai VIF < 0,10 atau nilai tolerance > 0,10 maka variabel bebas tidak mengalami multikolinearitas
2) Jika nilai VIF > 0,10 atau nilai tolerance < 0,10 maka variabel bebas mengalami multikolinearitas

4. Uji Hipotesis

a) Uji Regresi Berganda

Uji regresi berganda adalah metode analisis yang terdiri dari lebih dari dua variabel independen dan satu variabel dependen, yang

[52] Machali. Hal 140-145

dimana pada penelitian kali ini memiliki tiga variabel independen dan satu variabel dependen. yaitu pengetahuan produk (X1), kemudahan akses (X2), dan prosedur pembiayaan (X3) sebagai variabel independen kemudian minat pelaku UMKM (Y) sebagai variabel dependen.[53]

Rumus persamaan regresi linear berganda dapat dijabarkan sebagai berikut:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e$$

Keterangan:

Y : variabel dependen

X1, X2: variabel independen

a : konstanta (apabila nilai x sebsar 0, maka Y akan sebesar a atau konstanta)

b1, b2 : koefisien regresi (nilai penigkatan atau penurunan)

b) Uji T

uji t adalah pengujian kefisien regresi parsial yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial (individual) berpengaru terhadap variabel dependen

1) jika nilai signifikansi < 0,05 atau t hitun > t tabel maka variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.

[53] H Miftachul, *Buku Statistik* (malang, 2018). Hal 64

2) jika nilai signifikansi > 0,05 atau t hitun < t tabel maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.

c) Uji F

Uji f digunakan untuk membandingkan variabel diantara dua atau lebih (berkelompok), uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara simultan (Bersama-sama) terhadap variabel dependen.[54]

Uij F pada penelitian ini menggunakan analisis varian (ANOVA) yang digunakan untuk menilai dampak dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel independen.

1) Jika sig < 0,05 dan t hitung > t tabel maka berpengaruh signifikan
2) Jika sig > 0,05 dan t hitung < t tabel maka tidak berpengaruh signifikan

d) **Uji Koefisien Determinasi R^2**

Adapun rumus korfisien determinasi adalah sebagai berikut: [55]

$$KP = r^2 \text{ x } 100\%$$

Keterangan

KP = nilai koefisien determinasi

---

[54] Dita Amelia et al., "Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jne Cabang Medan" 7 (2021): 11–24, http://ejournal.lmiimedan.ne.

[55] Miftachul, *Buku Statistik*. Hal 58

R^2 = nilai koefisien korelasi

Apabila nilai R^2 mendekati 1 maka model baik

Apabila nilai R^2 mendekati 0 maka model kurang baik

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum Bank Syariah kantor cabang sibolga

1. Sejarah singkat BSI kantor cabang sibolga

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan sebuah Lembaga perbankan yang beroperasi sejak 1 februari 2021, sebagai hasil merger tiga Bank Syariah terbesar di Indonesia, yaitu bank BRI syariah, Bank Syariah Mandiri, dan juga bank BNI syariah, yang dimana penggabungan tersebut bertujuan untuk memperkuat citra perbankan syariah dan juga memperluas akses layanan yang berbasis prinsip syariah islam di Indonesia. BSI KC Sibolga beralamat di Jl. Sutoyo Siswomiharjo No. 22, Sibolga Utara, Kota Sibolga, Sumatera Utara. Sebelum menjadi bagian dari Bank Syariah Indonesia melalui proses merger, bank ini beroperasi sebagai Bank Mandiri Syariah KC Sibolga sejak didirikan pada tahun 2010.

Bank Syariah Indonesia menawarkan beberapa jenis produk mulai dari permbiayaan seperti mudharabah, murabahah, KUR, tabungan, dan layanan perbankan digital yang mendukung kebutuhan ekonomi masyarakat yang ada di sibolga.

2. Visi dan misi

Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang Sibolga mempunyai visi sebagai lebaga perbankan syairah yang unggul, dan juga terpercaya, yang akan menjadikan Bank Syariah menjadi bank utama pilihan masyarakat dalam hal penyediaan layanan perbankan yang professional,

inkusif dan sesuai dengan pinsip nilai-nilai islam, sehingga dapat berdampak pada pertumbuhan perekonomian masyarakat.

Misi Bank Syariah Indonesia adalah untuk memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia, melayani lebih dari 40 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset dan nilai buku, menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham, menjadi top 5 bank paling profitable di Indonesia dan valuasi yang kuat, dan juga perusahaan yang memiliki nilai kuat serta memberdayakan masyarakat dan memiliki komitmen untuk mengembangkan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

3. struktur organisasi BSI KC. Sibolga



4. Jenis pembiayaan yang ada di Bank Syariah Indonesia

    1. BSI KUR

        BSI kur adalah jenis fasilitas pembiayaan yang diperunrukkan kepada usaha mikro kecil dan menengah untuk memenuhi kebutuhan mereka akan modal kerja dan juga investasi dengan jumlah pembiayaan sebesar Rp. 500.000.000.

    2. BSI GRIYA

        BSI Griya adalah bentuk penambahan pembiayaan dari pembiayaan exiting BSI yang dipergunakan untuk tujuan konsumtif nasabah. Pembiayaan ini menggunakan akad refinancing syariah dengan skema Al-Bai' dalam rangka musyarakah mutanaqisah (MMQ).

    3. BSI Mitra Guna Berkah

        BSI mitra guna berkah digunakan untuk tujuan multiguna yang tidak menggunakan agunan yang disertai dengan berbagai manfaat dan kemudahan bagi para pegawai payroll di Bank Syariah indonesia.

    4. BSI OTO

        BSI OTO merupakan pembiayaan kepemilikan kendaraan mobil atau motor dengan akad murabahah yang mudah dan juga angsuran tetap.

5. BSI Pensiun Berkah

   Adalah pembiayaan yang diberikan kepada penerima pension bulanan seperti ASN, BUMN, pensiunan janda BUMN yang belum memasuki TMT pensiun tapi telah menerima SK pensiun.

6. BSI Distributor Financing

   Merupakan suatu pembiayaan modal kerja menggunakan skema value chai adalah pembiayaan talangan untuk membayar terlebih dahulu invoice atas pekerjaan yang telah diselesaikan yang diberikan kepada suplier yang merupakan supplier yang mengerjakan kontrak dengan bouwheer, yang mana sumber pengembalian pembiayaan adalah pembayaran invoice dari bouwheer.

7. BSI KPR Sejahtera

   Adalah suatu pembiayaan yang bersifat konsumtif yang dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan hunian subsidi pemerintah dengan prinsip syariah.

8. BSI Cash Collatetal

   Merupakan produk pembiayaan yang dijamin dengan simpanan dalam bentuk deposito, giro, atau tabungan

9. BSI Umrah

   Adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diperuntukkan memenuhi kebutuhan pembelian jasa paket perjalanan ibadah umrah

melalui bank yang telah menjalankan kerja sama dengan travel penyedia jasa ibadah umroh dengan prinsip syariah.

B. Deskripsi identitas responden

Dibawah ini dijelaskan persentase responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan jenis usaha.

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	41	44,1%
2	Perempuan	52	55,9%
Total		93	100%

Berdasarkan pada tabel 4.1 di atas, responden pada penelitian ini terdiri dari laki laki sebanyak 41 responden dan perempuan sebanyak 52 responden yang dimana masing masing persentase nya yaitu laki laki 44,1% dan perempuan 55,9%.

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwasanya mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, akan tetapi perbedaan jumlah responden laki-laki dan perempuan tidak terlalu berbeda jauh, sehingga komposisi responden berdasarkan jenis kelamin masih tergolong seimbang.

2. Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Respnden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 20	6	6,5%
2	20 – 30	28	30,1%
3	31 – 40	37	39,8%
4	> 40	22	23,7%
Total		93	100%

Berdasarkan pada tabel 4.2 responden pada penelitian ini dikelompokkan berdasarkan rentang usia dengan jumlah total responden yaitu 93. Distribusi responden menunjukkan bahwa kelompok usia 31-40 tahun adalah kelompok usia yang mendominasi, yaitu sebanyak 37 orang atau 39,8%, kemudian diikuti oleh kelompok usia 20-30 tahun sebanyak 28 orang atau sebesar 30,1%, selanjutnya responden dengan rentan usia di atas 40 tahun sebanyak 22 orang atau sebesar 37%, sementara itu responden dengan usia di bawah 20 tahun merupakan kelompok responden dengan jumlah paling sedikit yaitu 6 orang atau sebesar 6,5%

Berdasarkan data distribusi tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden datang dari usia produktif yaitu rentan usia 31-40 tahun, yang menunjukkan bahwa responden pada penelitian kali ini didominasi oleh para individu dewasa yang memiliki banyak pengalaman dalam menjalankan usahanya.

3. Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Usaha

No	Jenis Usaha	Jumlah	Persentase
1	Perdagangan	7	7,5%
2	Perhiasan	16	17,2%
3	Kuliner	8	8,6%
4	Perabotan	12	12,9%
5	Kosmetik	9	9,7%
6	Pakaian	26	28%
7	Lainnya	4	4,3%
Total		93	100%

Berdasarkan pada tabel 4.3 responden pada penelitian ini dikelompokkan bedasarkan jenis usaha, yang mana pada data tabel memperlihatkan bahwa jens usaha jual beli pakaian merupakan kategori yang paling dominan dengan responden sebanyak 26 responden dengan persentase sebesar 28%, kemudian dibawahnya ada jenis usaha perhiasan dengan jumlah responden debanyak 16 orang atau sebesar 17,2%, selanjutnya diikuti oleh jenis usaha perabotan dengan jumlah responden sebanyak 12 orang atau sebesar 12,9%, kemudian usaha kosmetik dengan 9 responden atau sebesar 9,7%, dan usaha kuliner sebanyak 8 responden atau sebesar 8,6%, jenis usaja perdagangan memiliki jumlah responden sebanyak 7 orang dengan persentase 7,5% dan kategori lainnya memiliki responden yang paling sedikit dengan hanya 4 responden atau sebesar 4,3%.

C. Hasil penelitian

1. Uji instrument penelitian

a) Uji validitas

uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan yang ada di dalam kuesioner dapat mengukur variabel yang ingin diteliti tersebut benar, pernyataan yang ada di dalam kuesioner dinyatakan valid apabia r hitung > $table$. Pada penelitian ini cara menentukan r tabel dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

R tabel df = n - 2

df = 93 - 2

df = 91

R tabel = 0,204

Maka dari itu diperoleh r tabel senilai 0,204 yang menjadi acuan dalam menentukan setiap pernyataan yang digunakan dalam membuat kuesioner valid atau tidak.

1) Uji validitas variabel pengetahuan produk (X_1)

Kuesioner yang digunakan dalam mengukur variabel budaya (X1) sebagai variabel bebas terdiri dari 7 butir pernyataan. Yang mana hasil uji validitasnya dapat dilihat pada sebagai berikut.

Tabel 4.4

uji validitas variabel pengetahuan produk

No angket	R hitung	R tabel	Hasil	Keterangan
X1.1	0,913	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
X1.2	0,916	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
X1.3	0,917	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
X1.4	0,851	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
X1.5	0,908	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
X1.6	0,893	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
X1.7	0,895	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid

Dapat dilihat pada tabel 4.4 hasil uji validitas pada 7 butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel pengetahuan produk menyatakan bahwa seluruh item yang digunakan memiliki nilai *R*hitung > *R*tabel. *R*hitung yang lebih besar daripada *R* tabel mengindikasikan bahwa seluruh butir pernyataan yang ada kuesioner yang digunakan untuk mengukur varabel pegetahuan produk (X1) memenuhi keriteria valid dan dapat serta laying digunakan sebagai instrument penelitian ini.

2) Uji validitas variabel kemudahan akses (X_2)

Kemudahan akses adalah variabel dependen (bebas) yang diukur menggunakan 7 butir pernyataan yang mana hasil uji validitas variabel kemudahan akses adalah sebagai berikut.

Tabel 4.5

Uji Validitas Variabel Kemudahan Akses

No angket	R hitung	R tabel	Hasil	Keterangan
X2.1	0,902	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
X2.2	0,889	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
X2.3	0,867	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
X2.4	0,900	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
X2.5	0,892	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
X2.6	0,889	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
X2.7	0,889	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid

Dari uji validitas yang dilakukan kepada 7 butir pernyataan yang diperuntukkan untuk mengukur variabel kemudahan akses dapat kita lihat bahwa semua butir pernyataan yang ada memilik nilai R hitung > R tabel, yang dapat disimpulkan dari uji validitas ini bahwa setiap butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kemudahan akses memenuhi kriteria valid dan layak digunakan untuk penelitian ini.

3) Uji validitas variabel prosedur pembiyaan (X_3)

Variabel Prosedur pembiayaan (X_3) adalah variabel dependen (bebas) yang diukur menggunakan 7 butir pernyataan yang mana hasil uji validitas variabel kemudahan akses adalah sebagai berikut

Tabel 4.6

Uji Validitas Variabel Prosedur Pembiayaan

No angket	R hitung	R tabel	Hasil	Keterangan
X3.1	0,911	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
X3.2	0,899	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
X3.3	0,861	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
X3.4	0,910	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
X3.5	0,910	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
X3.6	0,883	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
X3.7	0,866	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid

Dapat dilhat pada tabel 4.6 hasil uji validitas kepada 7 butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel prosedur pembiayaan menyatakan bahwa seluruh item yang digunakan memiliki nilai *R*hitung > *R*tabel. *R* hitung yang lebih besar daripada *R* tabel mengindikasikan bahwa seluruh butir pernyataan pada kuesioner yang digunakan untuk mengukur varabel prosedur pembiayaan (X3) memenuhi keriteria valid dan dapat serta laying digunakan sebagai instrumen penelitian ini.

4) Uji validitas variabel minat (Y)

Variabel minat (Y) pada penelitian ini adalah variabel independen (terikat) yang diukur menggunakan 7 butir pernyataan yang mana hasil uji validitas variabel minat adalah sebagai beriku

T**abel 4.7**

Uji Validitas Variabel minat

No angket	R hitung	R tabel	Hasil	Keterangan
Y1	0,887	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
Y2	0,906	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
Y3	0,907	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
Y4	0,900	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
Y5	0,892	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
Y6	0,889	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid
Y7	0,889	0.204	R Hitung > R Tabel	Valid

Dapat dilhat pada tabel 4.7 hasil uji validitas kepada 7 butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel minat (Y) menyatakan bahwa seluruh item yang digunakan memiliki nilai *R* hitung > *R* tabel. *R* hitung yang lebih besar daripada *R* tabel mengindikasikan bahwa seluruh butir pernyataan yang ada kuesioner yang digunakan untuk mengukur varabel minat (Y) memenuhi keriteria valid dan dapat serta layak digunakan sebagai instrumen penelitian ini.

b) Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahi tingkat konsistensi jawaban yang diberikan oleh para responden apabila penelitian dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas berguna untuk mengetahui apakah instrmen yang digunakan sebagai alat pengukuran kepada responden dapat dinyatakan layak atau tidak.

Pada penelitian ini metode yang digunakan untuk pengujuan tingkat reliabilitas pada instrument penelitian ini yaitu dengan metode alpha conbarch, kriteria pengambilan keputusan alpha conbarch adalah sebagai berikut:

- Apabila nilai alpha conbach > 0,60 maka istrumen yang digunakan reliabel
- Apabila nilai alpha conbach < 0,60 maka isntrumen yang digunakan tidak reliabel
- Semakin tinggi nilai alpha conbach hingga mendekati 1,00 maka semakin baik, dan sebaliknya makin rendah angka alpha conbach nya maka istrumen yang digunakan semakin tidak reliabel

Tabel 4.8 Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Conbach	α	Keterangan
Pengetahuan Produk (X1)	0,960	>0,60	Reliabel
Kemudahan Akses (X2)	0,947		Reliabel
Prosedur Bank (X3)	0,957		Reliabel
Minat (Y)	0,959		Reliabel

Dapat dilihat dari table 4.8 uji reliabilitas dapat dilihat bahwa hasil dari uji reliabilitas relah memenuhi aturan yang telah ditentukan yaitu nilai dari *Alpha Conbach* dari setiap variabel > dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel- variabel tersebut bersifat reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual antara nilai actual atau nilai prediksi sesuai atau terdistribusi normal. Pada penelitian ini uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah sampel terdistribusi normal adalah dengan menggunakan metode pengujian *Kolmogorof-Smirnof*. Yaitu salah satu metode yang dapat digunakan pada uji normalitas dengan cara membandingkan distribusi kumulatif empiris dari data penelitian dengan distribusi kumulatif normal yang bersifat teoritis. Dalam *Uji Kolmogorof-Smirnof* suatu model regresi dapat dinyatakan terdistribusi normal apabila nilai signifikansi bernilai lebih besar dari 0,05

Adapun hasil pengujian menggunakan *Uji Kolmogorof-Smirnof* dijelaskan pada tabel berikut

Tabel 4.9 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			93
Normal Parameters[a,b]	Mean		,0000000
	Std. Deviation		2.36392372
Most Extreme Differences	Absolute		0.082
	Positive		0.073
	Negative		-0.082
Test Statistic			0.082
Asymp. Sig. (2-tailed)			0.157[c]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		0.131[d]
	99%	Lower Bound	0.122

	Confidence Interval	Upper Bound	0.139
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

Tabel 4.9 memperlihatkan hasil uji normalitas dengan metode uji *Kolmogorov-Smirnov* diperoleh nilai asimtotik (Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0, 157. Sedangkan nilai signifikansi monte karlo bernilai 0,131 dengan interval kepercayaan sebesar 99%.

Mengacu pada kriteria uji normalitas, yaitu suatu data dapat dikatakan normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dari data yang disajikan pada tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa residual dalam penelitian ini berdistribusi normal, hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi baik secara asimtotik dengan nilai sebesar 0,157 dan Monte Carlo 0,131 yang dimana keduanya lebih besar dari 0,05.

b) Uji Mulikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah sebuah Teknik pengujian yang bertujuan untuk melihat apakah terdapat hubungan yang kuat antar variabel independen dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik dapat dilihat dari tidak adanya korelasi yang tinggi antara variabel bebas, hal tersebut dapat dilihat dari melihat nilai tolerance dan variance inflation factor, yaitu apabila nilai tolerance > 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10, maka seluruh variabel independen dalam model memenuhi kriteria tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas yang serius

antar variabel bebas dalam model regresi. Adapun hasil uji multikolinearitas adalah sebagai berikkut

Coefficients		
Model	tolerence	VIF
Pengetahuan produk	0,138	7,249
Kemudahan akses	0,163	6,141
Prosedur pembiayaan	0,140	7,144
Minat pelaku UMKM		

Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel coefficients, variabel pengetahuan produk memiliki nilai tolerance sebesar 0,138 dan VIF sebesar 7,249, variabel kemudahan akses memiliki nilai tolerance sebesar 0,163 dan VIF sebesar 6,141, serta variabel prosedur pembiayaan memiliki nilai tolerance sebesar 0,140 dan VIF sebesar 7,144. Jika diambil dari ketentuan yang disebutkan yang dimana semua nilai tolerance ada diatas angka 0,10 dan juga nilai VIF berada dibawah angka 10,00 maka hal tersebut menunjukkan bahwa tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen dan dapat dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas dan dapat dilakukan untuk tahap pengujian berikutnya.

3. Uji Hipotesis

a) Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda berfungsi untuk mencari tahu sebesar apa pengaruh variabel pengetahuan produk (X10, kemudahan akses (X2), prosedur pembiayaan (X3) terhadap variabel minat (Y).

Adapun hasil uji regresi linear berganda dalam penelitian ini disajikan pada data dalam tabel berikut.

Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1.	(Constant)	-0,323	0,671		-0,481	0,632
	Pengetahuan produk	0,296	0,077	0,314	3,856	<0,001
	Kemudahan akses	0,209	0,079	0,198	2,644	0,010
	Prosedur pembiayaan	0,495	0,084	0,477	5,894	<0,001
a. Dependent Variable: Minat						

Dari data di atas maka diperoleh persamaan linear berganda sebagai berikut

$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$

$Y = -0{,}323 + 0{,}296\ X_1 + 0{,}209\ X_2 + 0{,}495\ X_3 + e$

1) Konstanta

Berdasarkan hasil pengolahan data SPSS diatas dapat kita lihat nilai konstantanya sebesar -0,323 dengan nilai signifikansi sebesar 0,632 (> 0,05). Yang dimana hal tersebut menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen yaitu pengetahuan produk, kemudahan akses, dan prosedur pembiayaan bernilai nol, maka nilai variabel dependent yaitu minat nya adalah sebesar -0,323.

2) Pengetahuan produk (X_1)

Variabel pengetahuan produk memiliki koefisien regresi sebesar 0,296 dengan nilai t hitung sebesar 3,856 dan nilai signifikansi 0,001 (< 0,05). Data tersebut menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan kepada minat pelaku UMKM, yang mana setiap peningkatan satu satuan pada variabel pengetahuan produk maka akan meningkatkan minat pelaku UMKM sebesar 0,296 dengan asumsi variabel lain konstan.

3) Kemudahan akses (X_2)

Variabel kemudahan akses memiliki koefisien regresi sebesar 0,209 dengan nilai t hitung sebesar 2,644 dan nilai signifikansi 0,010 (< 0,05). Data tersebut menunjukkan bahwa variabel kemudahan akses berpengaruh positif dan signifikan kepada minat pelaku UMKM, yang mana setiap peningkatan satu satuan pada variabel pengetahuan produk maka akan meningkatkan minat pelaku UMKM sebesar 0,209 dengan asumsi variabel lain tetap.

4) Prosedur bank (X_3)

Variabel prosedur pembiayaan memiliki koefisien regresi sebesar 0,495 dengan nilai t hitung sebesar 5,894 dan nilai signifikansi 0,010 (< 0,05). Data tersebut menunjukkan bahwa variabel prosedur pembiayaan berpengaruh positif dan signifikan kepada minat pelaku UMKM, yang mana setiap peningkatan satu

satuan pada variabel pengetahuan produk maka akan meningkatkan minat pelaku UMKM sebesar 0,495 dengan asumsi variabel lain tetap. Variabel prosedur bank juga menjadi variabel yang paling berpengaruh dibandingkan variabel lainnya, diilihat dari nilai koefisien beta nya sebesat 0,477.

b) Uji T

Uji t (parsial) adalah pegujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing masing variabel independen terhadap variabel dependent secara individual. Hipotesis dapat dinyatakan diterima jika t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Untuk menentukan nilai t tabel, dapat dilihat dari derajat kebebasan dengan rumus:

df = n – k – 1

df = 93 – 3 – 1

df = 89

pada tingkat signifikansi 0,05/2 dan nilai df sebesar 89 maka dapat kita temui bahwa nilai t tabel sebesar 1,987.

Tabel 4.12 Uji T (Uji Parsial)

Coefficients					
Model	B	Std Error	Beta	t	Sig
(Constant)	-0,323	0,671		-0,481	0,632
Pengetahuan produk	0,296	0,077	0,314	3,856	<0,001
Kemudahan akses	0,209	0,079	0,198	2,644	0,010
Prosedur pembiayaan	0,495	0,084	0,477	5,894	<0,001

Dari tabel uji parsial diatas dapat kita lihat bahwa :

1) Pengetahuan produk (X_1)

Variabel pengetahuan produk memiliki t hitung sebesar 3,856 > 1,987 dan nilai signifikansinya sebesar 0,001 yang dimana nilai itu < 0,05, sehingga variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan.

2) Kemudahan akses (X_2)

Variabel kemudahan akses memiliki t hitung sebesar 2,644 > 1,987 dan nilai signifikansinya sebesar 0,010 yang dimana nilai itu < 0,05, sehingga variabel kemudahan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan.

3) Prosedur bank (X_3)

Variabel pengetahuan produk memiliki t hitung sebesar 5,894 > 1,987 dan nilai signifikansinya sebesar 0,001 yang dimana nilai tersebut < 0,05, sehingga variabel pengetahuan

produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan.

c) Uji F

Uji f (uji simultan) perlu dilakukan untuk mencari tahu apakah ketiga variabel independen yaitu pengetahuan produk, kemudahan akses, dan posedur pembiayaan berpengaruh secara Bersama terhadap minat pelaku UMKM untuk mengajukan pembiayaan. Cara menentukan pengambilan keputusan dalam uji simultan adalah dengan membandingkan nilai signifikansi dengan tingkat signifikansi yaitu < 0,05. Hasil dari uji F yang dioleh menggunakan software SPSS adalah sebagia berikut:

1) Uji F Variabel Pengetahuan Produk (X_1) dan Kemudahan Akses (X_2)

Tabel 4.13 Uji F Pengetahuan Produk Dan Kemudahan Akses

ANOVA					
Modal	Sum of Squares	df	Mean Squaare	F	Sig
Regression	5593,006	2	2796,105	352,105	<0,001
Residual	714,801	90	7,942		
Total	6307,806	92			

Berdasarkan hasil pengujian simultan menggunakan SPSS pada tabel di atas diperoleh nilai f hitung yaitu 352,105 yang dimana nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai f tabel sebesar 3,10. Nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil uji ANOVA di SPSS adalah <0,001 yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai 0,05. Dari hasil tersebut sudah menunjukkan

bahwasanya variabel pengetahuan produk dan kemudahan akses berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku UMKM untuk mengajukan pembiayaan di Bank Syariah.

2) Uji F Variabel Pengetahuan Produk (X_1) dan Prosedur Bank (X_3)

Tabel 4.14 Uji F
Pengetahuan Produk Dan Prosedur Bank

ANOVA					
Modal	Sum of Squares	df	Mean Squaare	F	Sig
Regression	5753,318	2	2876,659	466,915	<0,001
Residual	554,489	90	6,161		
Total	6307,806	92			

Berdasarkan hasil pengujian simultan menggunakan SPSS pada tabel di atas diperoleh nilai f hitung yaitu 466,915 yang dimana nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai f tabel sebesar 3,10. Nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil uji ANOVA di SPSS adalah <0,001 yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Dari hasil tersebut sudah menunjukkan bahwasanya variabel pengetahuan produk dan prosedur bank berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku UMKM untuk mengajukan pembiayaan di Bank Syariah

3) Uji F Variabel Kemudahan Akses (X_2) dan Prosedur Bank (X_3)

Tabel 4.15 Uji F Kemudahan Akses Dan Prosedur Bank

ANOVA					
Modal	Sum of Squares	df	Mean Squaare	F	Sig
Regression	5707,809	2	2853,904	428,087	<0,001
Residual	599,998	90	6,667		
Total	6307,806	92			

Berdasarkan hasil pengujian simultan menggunakan SPSS pada tabel di atas diperoleh nilai f hitung yaitu 428,087 yang dimana nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai f tabel sebesar 3,10. Nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil uji ANOVA di SPSS adalah <0,001 yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Dari hasil tersebut sudah menunjukkan bahwasanya variabel kemudahan akses dan prosedur bank berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku UMKM untuk mengajukan pembiayaan di Bank Syariah.

4) Uji F Variabel Pengetahuan Produk (X_1), Kemudahan Akses (X_2), Prosedur Bank (X_3)

Tabel 4.17 Uji F Pengetahuan Produk (X_1), Kemudahan Akses (X_2), Prosedur Bank (X_3)

ANOVA					
Modal	Sum of Squares	df	Mean Squaare	F	Sig
Regression	5793.698	3	1931.233	334.326	<0,001[b]
Residual	514.108	89	5.776		
Total	6307.806	92			

Berdasarkan hasil pengujian simultan menggunakan SPSS pada tabel di atas diperoleh nilai f hitung yaitu 334,326 yang dimana nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai f tabel sebesar 2,707. Nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil uji ANOVA di SPSS adalah <0,001 yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai 0,05. Dari hasil tersebut sudah menunjukkan bahwasanya ketiga variabel baik itu pengetahuan produk, kemudahan akses, dan juga prosedur pembiayaan berpengaruh

signifikan terhadap minat pelaku UMKM untuk mengajukan pembiayaan di Bank Syariah.

d) Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji koefisien determinasi adalah sebuah ukuran dalam regresi yang menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen yaitu pengetahuan produk (X1), kemudahan akses (X2) dan prosedur pembiayaan (X3) untuk menjelaskan variabel dependen atau yang dalam penelitian ini adalah variabel minat (Y). jika nilai R square nya mendekati nol atau mendekati nol maka variabel X tidak mampu menjelaskan variabel Y sama sekali, dan sebaliknya, jika nilai R square 1 atau mendekati 1 dan tidak lebih dari satu maka variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen (Y) dengan sempurna.

Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R	Std.Error of the Estiimate
1	0,958	0,918	0,916	2,403

Dari hasil uji R square di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi yang sangat mendekati angka 1, sesuai dengan yang dijelaskan pada ketentuan sebelumnya bahwa angka koefision korelasi yang mendekati angka 1 akan menunjukkan hubungan yang semakin kuat antara variabel independen dan variabel dependen, dalam tabel uji r square nilainya sebesar 0,918 yang mana hal itu menunjukkan hubungan antara variabel X dan variabel Y berhubungan cukup kuat sebesar 91,8% .

D. Analisis Pembahasan

1. Pengaruh pengetahuan produk (X_1) terhadap minat (Y) pelaku UMKM mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia

   Berdasarkan pada uji parsial (uji t) dapat diperoleh nilai t hitung variabel pengetahuan produk sebesar 3,856 yang mana nilai tersebut diatas nilai t tabel yaitu sebesar 1,987. Kemudian nilai sig yang diperoleh adalah <0,001 yang mana angka tersebut lebih kecil dibandingkan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Dengan data yang ada maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk (X_1) berpengaruh positif dna signifikan terhadap minat (Y) pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di syariah Indonesia. Koefisien regresi yang sebesar 0,296 menunjukkan setiap peningkatan satu satuan pada pengetahuan produk akan meningkatkan minat pelaku UMKM sebesar 0,296.

   Pengetahuan produk merupakan factor kognitif yang sangat menentukan dalam proses pengambilan keputusan, pada perbankan syariah pengetahuan produk tidak hanya seputar memahami fitur produk tetapi juga mencangkup pemahaman terhadap prinsip syariah islam seperti larangan gharar riba, dan maysir. Ketika pelaku UMKM memiliki pemahaman yang baik tentang prinsip-prinsip islam yang ada pada produk Bank Syariah seperti, mudharabah, murabahah, maka hal tersebut akan meningkatkan kepercayaan terhadap Bank Syariah itu

sendiri yang kemudian akan berefek pada timbulnya minat untuk mengajukan dan melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia.

Pada hasil penelitian di atas, hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hakim (2020), yang meneliti faktor faktor yang mempengarui minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah, yang dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwasanya product knowledge (pengetahuan produk) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku UMKM. Hasil positif tersebut nenunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan produk yang dimiliki seseorang maka, semakin tinggi pula minat para pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di bank syariah. Hal tersebut dikarenakan manusia secara general memiliki sifat keingintahuan untuk mengetahui sesatu, dan masyarakat calin nasabah atau pelaku UMKM maka akan cenderung menggunakan suatu produk yang dia ketahui atau yang pernah ia gunakan sebelumnya.[56]

Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh maulida (2025) yang menunjukkan hasil nilai *path coefficient* yang positif sebesar 0,139 yang mengindikasikan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku UMKM di bank syariah. Pada saat penelitian di lapangan terdapat suatu kondisi dimana para pelaku UMKM mnganggap bahwa bank syariah tidak memiliki perbedaan

[56] Faqih Wildan Hakim, "Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Lampung Tahun 2019)," *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Jakarta* 6, no. 11 (2020): 51–52.

yang signifikan dengan bank konvensional pada umumnya, baik itu dari segi sistem pelayanan operasional dan juga transaksi produk pembiayaannya. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh perbankann, yang mengakibatkan kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat dan lebih memilih bank konvensional daripada bank syariah.[57]

2. Pengaruh kemudahan akses (X_2) terhadap minat (Y) pelaku UMKM mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia

   Hasil pengujian pada tabel uji t (parsial) menunjukkan hipotesis 2 diterima, dari tabel tersebut dapat kita lihat bahwa variabel kemudahan akses memiliki nilai t hitung sebesar 2,644 >1,987 dengan nilai signifikansi sebesar 0,010 < 0,05 maka pengaruh kemudahan akses terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia berpengaruh positif dan signifikan. Nilai koefisien regresi yang bernilai sebesar 0,209 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kemudahan akses maka akan meningkatkan minat para pelaku UMKM sebesar 0,209 dengan asumsi variabel yang lainnya tetap.

   Memah (2015) menganggpa bahwa akses yang mudah dan lokasi yang strategis merupakan elemen yang sangat penting dalam menjalankan usaha dan juga bisnis, dikarenakan dengan akses yang

[57] Adzra Shafira Maulida, "Pengaruh Pengetahuan Produk , Kemudahan Akses , Dan Promosi Terhadap Minat Pelaku UMKM Dalam Mengajukan Pembiayaan KUR Syariah," *Seminar Nasional Akuntansi Dan Majemen PNJ* 6, no. 1 (2025).

mudah maka usaha akan mengalami kemajuan karena mudah dijangkau serta dapat menarik perhatian oleh para konsumen potensial yang disini merupakan para pelaku UMKM. Suwitho (2022). Mengatakan bahwa akses informasi dan lokasi yang baik dapat menciptakan kepuasan konsumen, hal ini dikarenakan akses fisik dan digital yang gampang akan membuat produk mudah digapai dan digunakan oleh konsumen. Yang berdampak pada meningkatnya penyamanan dan kepuasan mereka. Lokasi yang mudah untuk diakses juga dapat meningkatan nilai tambah pada produk yang ditawarkan, sehingga akan membuat para calon nasabah akan semakin puas dan loyal terhadap perusahaan tersebut.[58]

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh maulida (2025) yang juga meneliti mengenai pengaruh kemudahan akses terhadap minat UMKM di kota depok, yang mana penelitian tersebut menunjukan Hasil T statistic sebesar 3,153 > 1,96 yang menunukkan bahwa kemudahan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah. Pengaruh positif dan signifikan ini memiliki arti bahwa semakin mudahnya akses fisik maupun digital yang dapat dijangkau oleh para pelaku UMKM maka akan semakin

[58] Irza Andika and Novi Khoiriawati, "Pengaruh Persepsi Masyarakat, Lokasi, Dan Religiusitas Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung)," *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan* 7, no. 2 (2023): 295–311, https://doi.org/10.37726/ee.v7i2.872.

tinggi pula ketertarikan para pelaku UMKM untuk mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia.[59]

Kemudian, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ningrum dan Kasmin (2024) yang sama-sama meneliti tentang pengaruh akses lokasi terhadap minat nasabah. Yang dimana kesimpulan yang ditemukan pada penelitian tersebut adalah bahwasanya akses lokasi terbukti berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk yang ada di bank syariah. Lokasi yang strategis atau dekat dengan konsumen akan memudahkan mereka dalam mendatangi tempat dimana mereka dapat menemukan apa yang mereka inginkan, dalam konteks perbankan, lokasi yang dekat dengan nasabah maka akan membuat bank yang lokasi paling dekat akan menjadi opsi yang pertama jika para pelaku UMKM membutuhkan kredit kredit dalam waktu cepat.[60]

Kemudahan akses dalam penelitian ini mencerminkan sejauh mana pelaku UMKM dapat dengan mudah menjangkau layanan pembiayaan Bank Syariah. Pada era modern kemudahan akses tidak hanya mencangkup layanan fisik seperti kantor cabang dan ATM, tetapi juga mencangkup mengenai layanan berbasis terknologi seperti internet

---

[59] Maulida, "Pengaruh Pengetahuan Produk , Kemudahan Akses , Dan Promosi Terhadap Minat Pelaku UMKM Dalam Mengajukan Pembiayaan KUR Syariah."

[60] I W Ningrum and M A K Hutagalung, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan LayananPembiayaan KPR Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (Flpp) Di PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya," *Innovative: Journal Of Social ...* 4 (2024): 7704–18, http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/6639%0Ahttps://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/6639/6001.

bangking dan juga kemudahan memperoleh informasi melalui berbagai media.

3. Pengaruh prosedur pembiayaan (X_3) terhadap minat (Y) pelaku UMKM mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan pada uji parsial (uji t) yang ada pada uji hipotesis diperoleh nilai t hitung variabel prosedur bank sebesar 5,894 yang mana nilai tersebut diatas nilai t tabel yaitu sebesar 1,987. Kemudian nilai sig yang diperoleh adalah 0,001 < 0,05. Dengan data yang ada maka dapat disimpulkan bahwa variabel prosedur bank (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat (Y) pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di syariah Indonesia. Koefisien regresi yang sebesar 0,495 menunjukkan setiap peningkatan satu satuan pada prosedur akan menigkatkan minat pelaku UMKM sebesar 0,495

Prosedur pembiayaan yang ada dalam perbankan merupakan aspek yang sangat krusial dalam keputusan pelaku UMKM dalam melakukan pembiayaan. Pelaku UMKM membutuhkan proses yang cepat dan sederhana serta tidak berbelit-belit, sehingga prosedur yang rumit dan berpotensi untuk meningkatkan biaya transaksi dari segi waktu maupun Tenaga akan menurunkan minat para pelaku UMKM untuk mengajukan pembiayaan di Bank Syariah.

Temuan penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), khususnya pada konsep *Perceived Behavioral Control* (PBC). Konsep tersebut

menjelaskan bahwa persepsi individu mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu tindakan akan memengaruhi niat untuk melakukan tindakan tersebut. Dalam konteks penelitian ini, prosedur pembiayaan yang sederhana, persyaratan yang jelas, serta proses yang mudah dipahami meningkatkan persepsi pelaku UMKM bahwa mereka mampu menyelesaikan proses pengajuan pembiayaan. Semakin tinggi keyakinan tersebut, semakin besar pula minat pelaku UMKM untuk mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga.[61]

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh mukaromah (2021) tentang pengaruh prosedur bank terhadap minat nasabah mengajukan pembiayaan murabahah, yang mana prosedur bank memiliki pengaruh positif dan signifikan kepada minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa para pelaku UMKM sangat sensitif kepada kompleksitas prosedur dibandingkan faktor lainnya, hal ini dikarenakan mereka memerlukan dana dalam waktu cepat yang digunakan untuk mendukung operasional usahanya. [62]

---

[61] Lisa Asnuri, Asyari Asyari, and Anwar Sholihin, "Pengaruh Attitude, Subjektive Norms Dan Perceived Behavior Control Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Murabahah Bank Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 578, https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12267.

[62] Hajar Mukaromah, Miftahur Rahman, and Aqli Qorib, "Pengaruh Prosedur Bank, Lokasi Bank Dan Persepsi Nasabah Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Nasabah Dalam Mengajukan Pembiayaan Murābahah Pada Bprs Bumi Artha Sampang Kc Kebumen," *Iqtishaduna* 4, no. 2 (2022): 607–26, https://doi.org/10.53888/iqtishaduna.v4i2.477.

Penelitian lainnya yang memiliki kesimpulan yang serupa yaitu penelitian yang dilakukan oleh yoga dan muklis (2022). Mereka meneliti tentang pengaruh kemudahan pengajuan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan di bank, mereka menemukan kemudahan pengajuan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pebiayaan. Menurut febrianto (2019) kemudahan pengajuan merujuk pada dimana seseorang percaya bahwa sistem yang digunakan oleh bank tidak menggunakan banyak usaha.[63]

Prosedur pembiayaan memiliki nilai beta 0,447 yang menunjukkan bahwa prosedur bank merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat pelaku UMKM untuk mengajukan pembiayaan. Sehingga Bank Syariah perlu melakukan proses penyederhanaan proedur, dan percepatan proses persetujuan serta transparansi persyaratan untuk meningkatkan minat para pelaku UMKM.

4. Pengaruh pengetahuan produk (X_1) dan kemudahan akses (X_2) terhadap minat (Y) pelaku UMKM mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia

[63] Nur Muhammad, Agung Tri Yoga, and Imam Mukhlis, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Pengajuan, Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia KC Malang Soetta," *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan* 2, no. 1 (2022): 91–104, https://doi.org/10.17977/um066v2i12022p91-104.

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) diperoleh nilai F hitung sebesar 352,105 yang dimana hasil tersbut sangat jauh lebih besar dibandingkan nilai f tabel yang benilai sebesar 3.10, dengan tingkat signifikansi <0,001. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk (X_1), kemudahan akses (X_2), berpengaruh signignifikan terhadap minat para pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Indonesia.

Hasil uji simultan (F) diatas memperlihatkan bahwa variabel pengetahuan produk (X_1) dan kemudahan akses (X_2) secara simultan (Bersama-sama) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat (Y). dengan kata lain hasil ini menunjukkan bahwa perpaduan antara variabel pengetahuan produk (X_1) dan kemudahan akses (X_2) memiliki peran penting dalam menentukan nilai Y, yang dapat diartikan Ketika kedua variabel itu mengalami peningkatan atau penurunan maka akan memberikan dampak secara langsung dan signifikan terhadap perubahan variabel Y atau minat para pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan.

5. Pengaruh pengetahuan produk (X_1) dan prosedur pembiayaan (X_3) terhadap minat (Y) pelaku UMKM mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia

   Berdasarkan hasil uji ANOVA pada model regresi kedua yang menguji pengaruh variabel X1 dan X3 terhadap variabel Y, diperoleh nilai F hitung sebesar 466,915 dengan tingkat signifikansi sebesar

<0,001. Jika dibandingkan dengan nilai F tabel sebesar 3,10 pada taraf signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan df1 = 2 dan df2 = 90, maka nilai F hitung menunjukkan hasil yang jauh lebih besar yaitu 466,915 > 3,10. Selain itu, nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05 menegaskan bahwa model regresi ini signifikan secara statistik.

Hasil ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel pengetahuan produk (X_1) dan prosedur pembiayaan (X_3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y, yang dapat kita artikan bahwa kedua variabel tersebut dapat secara Bersama-sama mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan produk (X_1) dan prosedur pembiayaan (X_3) berpengaruh terhadap minat (Y) hipotesisnya dapat diterima.

6. Pengaruh kemudahan akses (X_2) dan prosedur pembiayaan (X_3) terhadap minat (Y) pelaku UMKM mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia

   Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) diperoleh nilai F hitung sebesar 428,087 yang dimana hasil tersebut sangat jauh lebih besar dibandingkan nilai f tabel yang benilai sebesar 3.10, dengan tingkat signifikansi <0,001. Hal terseubt menunjukkan bahwa variabel kemudahan akses (X_2), prosedur pembiayaan (X_3), berpengaruh signifikan terhadap Y minat para pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Indonesia

Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara simultan atau Bersama sama variabel kemudahan akses (X_2) dan prosedur pembiayaan (X_3) memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap minat para pelaku UMKM dalam melakukan pembiayaan di Bank Syariah, yang dimana Ketika kedua variabel itu mengalami peningkatan atau penurunan, maka hal tersbut akan mempengaruhi minat para pelaku UMKM. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang mengatakan bahwa variabel kemudahan akses (X_2) dan prosedur pembiayaan (X_3) berpengaruh terhadap minat (Y) pelaku UMKM dapat diterima.

7. Pengaruh pengetahuan produk (X_1), kemudahan akses (X_2) dan prosedur pembiayaan (X_3) terhadap minat (Y) pelaku UMKM mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia.

   Berdasarkan hasil uji F (simultan), diperoleh nilai Fhitung sebesar 334,326, yang lebih besar daripada Ftabel sebesar 2,707, dengan nilai signifikansi < 0,001 atau lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ketujuh (H7) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk, kemudahan akses, dan prosedur pembiayaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara kolektif mampu menjelaskan variasi minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan, sehingga model penelitian yang digunakan telah mampu

menjelaskan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara baik.

hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,918. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebesar 91,8% variasi minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel pengetahuan produk, kemudahan akses, dan prosedur pembiayaan. Sementara itu, sisanya sebesar 8,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kualitas pelayanan, tingkat religiusitas, promosi, reputasi bank, kepercayaan, maupun faktor lainnya. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang sangat kuat dalam menjelaskan variasi minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maulida (2025) mengenai pengaruh pengetahuan produk, kemudahan akses, dan promosi terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan KUR di bank syariah. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel yang diteliti secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa keputusan pelaku UMKM untuk mengajukan pembiayaan tidak ditentukan oleh satu faktor saja, melainkan merupakan hasil dari kombinasi berbagai

faktor yang saling mendukung dalam membentuk persepsi dan keyakinan terhadap produk pembiayaan syariah. Kesamaan hasil antara penelitian Maulida (2025) dengan penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan memiliki kecenderungan yang serupa meskipun dilakukan pada wilayah penelitian yang berbeda, yaitu Kota Depok dan Kota Sibolga.

Pada penelitian ini, pengetahuan produk memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai karakteristik, manfaat, akad, serta mekanisme pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia. Pemahaman tersebut membuat pelaku UMKM lebih mampu menilai kesesuaian produk pembiayaan dengan kebutuhan usahanya sehingga muncul keyakinan untuk mengajukan pembiayaan. Di sisi lain, kemudahan akses memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam memperoleh informasi, menghubungi pihak bank, maupun memanfaatkan layanan yang tersedia. Akses yang mudah menyebabkan pelaku UMKM tidak mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi mengenai pembiayaan sehingga mendorong munculnya minat untuk mengajukan pembiayaan.

Selain itu, prosedur pembiayaan yang sederhana dan mudah dipahami menjadi faktor yang semakin memperkuat minat pelaku UMKM. Dalam praktiknya, pelaku UMKM cenderung mempertimbangkan efisiensi waktu, kemudahan persyaratan

administrasi, serta kejelasan tahapan pengajuan sebelum memutuskan untuk mengajukan pembiayaan. Oleh karena itu, ketika Bank Syariah Indonesia mampu menyediakan prosedur pembiayaan yang jelas, transparan, dan tidak berbelit-belit, pelaku UMKM akan memiliki keyakinan yang lebih besar untuk mengajukan pembiayaan. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa prosedur pembiayaan merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan variabel lainnya.[64]

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Lida Nurholida (2024) yang berjudul Pengaruh Pengetahuan Produk, Citra Merek, Promosi, dan Lokasi terhadap Minat Pelaku UMKM Menggunakan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bank Syariah Indonesia di Kota Pandeglang. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel-variabel yang diteliti secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku UMKM menggunakan pembiayaan KUR Bank Syariah Indonesia. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa minat pelaku UMKM dalam memanfaatkan pembiayaan syariah dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling mendukung, sehingga keputusan untuk menggunakan produk pembiayaan tidak hanya didasarkan pada satu aspek, tetapi juga dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal maupun eksternal.

[64] Maulida, "Pengaruh Pengetahuan Produk , Kemudahan Akses , Dan Promosi Terhadap Minat Pelaku UMKM Dalam Mengajukan Pembiayaan KUR Syariah."

Jika ketiga variabel tersebut dipertimbangkan secara bersamaan, maka akan terbentuk suatu keputusan yang lebih kuat dibandingkan apabila masing-masing variabel berdiri sendiri. Pengetahuan produk memberikan dasar informasi kepada pelaku UMKM mengenai manfaat pembiayaan, kemudahan akses mengurangi hambatan dalam memperoleh layanan, sedangkan prosedur pembiayaan memberikan kepastian bahwa proses pengajuan dapat dilakukan secara mudah dan efisien. Ketiga faktor tersebut saling melengkapi sehingga menciptakan persepsi positif terhadap layanan pembiayaan Bank Syariah Indonesia. Dengan demikian, semakin baik pengetahuan produk yang dimiliki pelaku UMKM, semakin mudah akses terhadap layanan pembiayaan, serta semakin sederhana prosedur pembiayaan yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia, maka semakin tinggi pula minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pengaruh pengetahuan produk terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia

   Pengetahuan produk memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia, temuan ini mengidentifikasi bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman yang dimiliki oleh pelaku UMKM terhadap produk-produk pembiayaan yang disediakan oleh Bank Syariah, maka semakin besar pula minat para pelaku UMKM tersebut untuk mengajukan pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan para pelaku UMKM. Pengetahuan yang baik tentang karakteristik, manfaat, dan juga mekanisme produk pembiayaan mampu meningkatkan kepercayaan para pelaku UMKM dalam menggunakan produk pembiayaan di Bank Syariah.

2. Pengaruh kemudahan akses terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia

   Ditemukan dalam penelitian ini bahwa kemudahan akses berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah, hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kemudahan akses yang diberikan bank baik akses fisik seperti kantor Bank Syariah dan juga ATM serta akses digital seperti mobile bangking maka akan meningkatkan minat pelaku UMKM untuk mengajukan pembiayaan

di Bank Syariah. Kemudahan akses menjadi faktor yang sangat penting dalam menarik perhatian dari para pelaku UMKM dan mendorong para pelaku UMKM tersebut untuk menggunakan dan memanfaatkan layanan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia.

3. Pengaruh prosedur pembiayaan bank terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia

   Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa prosedur pembiayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pelaku UMKM untuk mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC sibolga dan hipotesis ketiga diterima, hasil ini menunjukkan bahwa prosedur yang sederhana jelas dan tidak berbelit-belit dapat meningkatkan minat pelaku UMKM dan begitu juga sebaliknya, prosedur yang kompleks dan memakan banyak waktu akan menjadi hambatan yang berdampak pada turunnya minat para pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah yang mana umumnya para pelaku UMKM menginginkan proses yang cepat dan tidak menyulitkan. Oleh karena itu penyederhanaan prosedur akan menjadi salah satu faktor kunci yang dapat meningkatkan minat dan dengan prosedur yang lebih efisien tentu saja akan menciptakan pelayanan yang lebih baik yang akan meningkatkan tingkat kepercayaan nasabah.

4. Pengaruh pengetahuan produk dan kemudahan akses terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk dan juga kemudahan akses secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhada minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga. Kedua variabel ini mengandung makna bahwa pemahaman yang baik terhadap produk pembiayaan dan didukung oleh kemudahan dalam akses fisik dan juga digital layanan akan memberikan dampak yang lebih kuat dalam meningkatkan minat pelaku UMKM. Kedua variabel ini memiliki hubungan yang kuat pengetahuan berfungsi sebagai pembentuk presepsi dan keyakinan dan kemudahan akses memfasilitasi kegiatan nyata dalam mengajukan pembiayaan oleh karena itu kedua hal tersebut dapat meningkatka minat para pelaku UMKM.

5. Pengaruh pengetahuan produk dan prosedur pembiayaan bank terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk dan prosedur pembiayaan bank secara simultan memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap minat pelaku UMKM dalam meengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC. Sehingga hipotesis kelima dapat dinyatakan diterima. Pengethuan produk memberikan pemahaman yang kuat dan prosedur pembiayaan yang sederhana memberikan kemudahan dalam pengimplementasian. Ketika kedua vaktor ini berjalan bersamaan maka hambatan pengambilan

keputusan akan semakin berkurang. Pelaku UMKM tidak hanya memahami manfaat dari melakukan pembiayaan akan tetapi merek juga yakin bahwa proses yang harus mereka lalui tidak akan menyulitkan bagi mereka.

6. Pengaruh kemudahan akses dan prosedur pembiayaan bank terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia

   Berdasarkan hasil penelitian ini, kemudahan akses dan prosedur pembiayaan bank secara simultan berpengaruh positif terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC sibolga, yang artinya hipotesis yang ke enam dapat diterima , kemudahan akses dapat memungkinkan pelaku UMKM untuk menjangkau layanan yang lebih cepat dan juga efisien, sementara itu prosedur pembiayaan bank yang sederhana memastikan bahwa proses pengajuan tidak menjadi hambatan. Kombinasi kedua faktor ini dapat menciptakan pengalaman layanan yang praktis dan mudah bagi para pelaku UMKM

7. Pengaruh pengetahuan produk, kemudahan akses dan prosedur pembiayaan bank terhadap minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia

   Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) diperoleh nilai F hitung sebesar 334,326 yang dimana hasil tersebut sangat jauh lebih besar dibandingkan nilai f tabel yang benilai sebesar 2,707, dengan tingkat signifikansi <0,001. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel

pengetahuan produk (X_1), kemudahan akses (X_2), prosedur bank (X_3) berpengaruh signifikan terhadap minat para pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Indonesia.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai Rsquare sebesar 0,918 yang berarti bahwa sebesar 91,8% variasi minat pelaku dapat dijelaskan dengan ketiga variabel independen yang ada pada penelitian ini, kemudian sisanya sebesar 8,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel yang digunakan pada penelitian ini, seperti religiusitas, faktor promosi, maupun kondisi ekonomi. Nilai R2 yang sangat besar tersebut menunjukkan bahwa model penelitian memiliki daya jelas yang sangat kuat

Dengan hasil penelitian ini, secara dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk, kemudahan akses, dan prosedur bank adalah faktor penting yang dapat dikaji bersamaan guna untuk meningkatkan minat para pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia. Dengan banyaknya pengetahuan yang dimiliki serta mudahnya akses dan prosedur bank yang tergolong cepat dan tidak bertele tele maka akan menjadi Langkah yang sangat penting yang dapat meningkatkan minat para pelaku UMKM secara signifikan.

B. Saran

1. Untuk Bank Syariah Indonesia

   Bank Syariah perlu untuk meningkatkan strategi edukasi dan juga sosialisasi terkait produk pembiayaan di Bank Syariah Indonesia agar lebih

mudah dipahami oleh para pelaku UMKM, selain itu optimalisasi akses layanan baik secara fisik dan juga secara digital menjadi faktor penting untuk mempermudah para calon nasabah yang ingin melakukan pembiayaan di Bank Syariah. Kemudian prosedur pembiayaan bank seperti kejelasan persyaratan serta kecepatan proses pembiayaan yang tidak memakan waktu yang lama dan tidak bertele-tele akan meningkatkan nilai tambah dan daa Tarik Bank Syariah di kalangan pelaku UMKM

2. Untuk pelaku UMKM

   Para pelaku UMKM diharapkan dapat lebih proaktif dalam meningkatkan literasi keuangan mereka, khususnya terkait perbankan syarah , dengan memanfaatkan berbagai infomasi digital yang sudah sangat mudah dan banyak tersedia. Dengan emahaman yang lebih baik pelaku UMKM dapat mengambil keputusan yang lebih rasional dan juga strategis dalam memilih sumber pembiayan yang sesuai dengan kebutuhan usahanya, sehingga dapat mendorong keberlanjutan usaha yang mereka jalankan

3. Untuk penelitian selanjutnya

   Penelitian ini memilliki beberaa keterbatasan seperti keterbatasan variabel yang diguanakan dan juga ruang lingkup yang relative sempit, penelitian ini hanya meneliti tentang variabel pengetahuan produk, kemudahan akses dan prosedur bank yang dimana masih banyak faktor lain yang kemungkinan besar turut memengaruhi minat para pelaku UMKM. Oleh karena itu penelitian selanjutnya disarankan untuk

mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain seperti religiusitas, keperayaan, kualitas pelayanan, reputasi Lembaga dan lainnya. Penelitian selanjutnya juga diharapkan untuk memperluas jumlah dan karaktristik responden baik dari segi wilayah maupun jenis usaha, agar hasilnya dapat digeneralisasikan secara lebih luas dan dapat memberikan kontribusi yang lebih bai dan juga mendalam baik bagi Bank Syariah dan juga para pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Abigail, Soesana, Hani Subakti, Karwanto, and Fitri Anisa. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edited by Abdul Karim. yayasan kita menulis, 2023.

Agustin, Nur Hidayah, Andri Brawijaya, and Miftahul Khoer. "AKSESIBILITAS UMKM PEDESAAN TERHADAP KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) BANK SYARIAH INDONESIA." *Jurnal Perbankan Syariah* 9, no. 1 (2023): 10–20.

Aisyah, Siti, and Muhammad Arif. "Pengaruh Pengetahuan Dan Kesadaran Nasabah Akan Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Fasilitas Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah Di Bank Syariah Indonesia Area Kota Medan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2023): 1980. https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9134.

amaliah farhah, Afifah, and Shoimatul Fitria. "Pengaruh Promosi , Prosedur Pembiayaan Dan Lokasi Terhadap Minat Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Mengambil Pembiayaan Kur Syariah PT . Pegadaian Di Kota Semarang." *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan Terhadap Perbankan Syariah* 12, no. 2 (2024): 285–305.

Amelia, Dita, Nuel Simatupang, Bastian Jovial Sinuraya, Fakultas Ekonomi, and Universitas Prima. "Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jne Cabang Medan" 7 (2021): 11–24. http://ejournal.lmiimedan.ne.

Amiruddin. *PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA*. Edited by Nasrullah bin sapa. gowa: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, 2022.

anang firmansyah, Muhammad. *PERILAKU KONSUMEN (Sikap Dan Pemasaran)*. Edited by Rizka and Emy Fadilah. sidoarjo: Deepublish, 2018.

Andika, Irza, and Novi Khoiriawati. "Pengaruh Persepsi Masyarakat, Lokasi, Dan Religiusitas Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung)." *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan* 7, no. 2 (2023): 295–311. https://doi.org/10.37726/ee.v7i2.872.

Andrianto, and Anang Firmansyah. *MANAJEMEN BANK SYARIAH (Implementansi Teori Dan Praktek)*. Edited by Qiara Media. surabaya: PENERBIT QIARA MEDIA, 2019. http://qiaramediapartner.blogspot.com.

Anwar, Suhadarliyah, and Mariana. *Kewirausahaan Berbasis UMKM*. lombok barat: Seval Literindo Kreasi, 2023.

Ardiansyah, Risnita, and M. Syahran Jailani. “Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif.” *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023): 1–9. https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57.

Asnawi, Aisah. “Berpindah Merek Produk Saat Covid19 : Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Pemasaran Media Sosial.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 6, no. 1 (2022): 4131–43.

Asnuri, Lisa, Asyari Asyari, and Anwar Sholihin. “Pengaruh Attitude, Subjektive Norms Dan Perceived Behavior Control Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Murabahah Bank Syariah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 578. https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12267.

Celesta, Felicia, Yeni Ariesa, Program Studi, Manajemen Fakultas, and Universitas Prima Indonesia. “FAKTOR BI RATE , INFLASI DAN KURS RUPIAH TERHADAP PEMBIAYAAN” III (2022).

Ermawijaya, Erma. “ANALISIS PROSEDUR AKUNTANSI PIUTANG BADAN PENYELENGGARA JAMINAN KESEHATAN SOSIAL (STUDI KASUS PADA RUMAH SAKIT UMUM DAERAH SEKAYU KABUPATEN MUSI BANYUASIN) Masri.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Rahmaniyah (JIAR)* 5, no. 2 (2022): 229–45.

gabriella wonok, praisy, and Sjendry Loindong. “Pengaruh Minat Transaksional, Refrensial, Dan Prefensial Terhadap Minat Mereferensikan Produk Roxy Di Quicksilver Mantos.” *Jurnal Emba* 6, no. 4 (2018): 2108–17.

hafni sahir, Shafrida. *Metodologi Penelitian*. Edited by Try Koryati. medan: penerbit KMB indonesia, 2021.

Hakim, Faqih Wildan. “Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Lampung Tahun 2019).” *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Jakarta* 6, no. 11 (2020): 51–52.

Imam Abdul Aziz, Junaidi, Andri Brawijaya. “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI AKSESIBILITAS UMKM TERHADAP PEMBIAYAAN DI BANK SYARIAH (STUDI PADA UMKM KAMPUNG LEMBUR SAWAH MULYAHARJA).” *Journal of Islamic Economic Scholar* 4, no. 1 (2024): 41–52. https://ejournal.uin-suka.ac.id/febi/JIES/article/view/2123.

Machali, Imam. *METODE KUANTITATIF PENELITIAN Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*. Edited by Abdau Habib. yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan,

2021.

Maulida, Adzra Shafira. “Pengaruh Pengetahuan Produk , Kemudahan Akses , Dan Promosi Terhadap Minat Pelaku UMKM Dalam Mengajukan Pembiayaan KUR Syariah.” *Seminar Nasional Akuntansi Dan Majemen PNJ* 6, no. 1 (2025).

Miftachul, H. *Buku Statistik*. malang, 2018.

Millah, Azka, Muhammad Wasturedana, and Syifa Qolbi. “Implementasi Pembiayaan Murabahah Bank Syariah Di Indonesia.” *Jurnal Central Publisher* 3, no. 3 (2025): 3397–3407.

Muhammad, Nur, Agung Tri Yoga, and Imam Mukhlis. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Pengajuan, Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia KC Malang Soetta.” *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan* 2, no. 1 (2022): 91–104. https://doi.org/10.17977/um066v2i12022p91-104.

Mukaromah, Hajar, Miftahur Rahman, and Aqli Qorib. “Pengaruh Prosedur Bank, Lokasi Bank Dan Persepsi Nasabah Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Nasabah Dalam Mengajukan Pembiayaan Murābahah Pada Bprs Bumi Artha Sampang Kc Kebumen.” *Iqtishaduna* 4, no. 2 (2022): 607–26. https://doi.org/10.53888/iqtishaduna.v4i2.477.

Mukhlis, Suhardi. *Metodologi Peneitian Sosial*. Edited by Nirlita Asri. purballingga: Eureka Media Aksara, 2022.

Ningrum, I W, and M A K Hutagalung. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan LayananPembiayaan KPR Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (Flpp) Di PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya.” *Innovative: Journal Of Social …* 4 (2024): 7704–18. http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/6639%0Ahttps://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/6639/6001.

Niode, Idris. “SEKTOR UMKM DI INDONESIA: Profil , Masalah, Dan Strategi Pemberdayaan.” *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis OIKOS-NOMOS* 2 (2019).

Pratama, Yudha Winter, and Candra Wijayangka. “PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP AKSES PEMBIAYAAN PADA UMKM” 3, no. 2 (2019): 378–88.

raflli faundi, Ahmad, and Mohammad Maskan. “PENGARUH KEMUDAHAN AKSES DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP REVISIT INTENITON PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus Pada

Mahasiswa Program Studi D-IV Manajemen Pemasaran" 2, no. 10 (2024): 139–47.

Ramadhayanti, Ana. "The Effect Of The Role Of Humors In Advertising And Attraction Of Advertising Models On Interest To Buy Consumers." *Jurnal Fundamental Managemen* 4, no. 1 (2019): 37–51.

Rasyid, Fathor. *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Teori, Metode, Dan Praktek*. Kediri: IAIN Kediri Press, 2022.

Sarjana, Sri, Aprilia Susandini, Zul Azmi, Kania Ratnasari, Luhgiatno, Henny Noviany, and lis Setyowati. *MANAJEMEN UMKM (Konsep Dan Strategi Di Era Digital) Penulis*. Edited by debi Eka putri. purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA, 2022.

Sembiring, Tamaulina, and Irmawati. *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori Dan Praktik)*. Edited by Bambang Ismaya. karawang: Saba Jaya Publisher, 2024.

Sudiantara, Yosephus. *Filsafat Ilmu Pengetahuan*. semarang: Universitas Katolik Soegijapranata, 2020.

Sufyan. "PRODUK PEMBIAYAAN PADA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH." *RisâlaH Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam* 6, no. 2 (2020): 1–15.

Sumbodo, Yama, and Marzuki. *Metode Penelitian Panduan Lengkap Untuk Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Campuran*. Medan: PT Media Penerbit Indonesia, 2024.

Supratno, Rifki, and Maya Susanti. "Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Loyalitas Peserta BPJS Kesehatan Daerah Istimewa Yogyakarta." *Buletin Bisnis & Manajemen* 02, no. 01 (2016): 64–80.

Supriadi, Tufy, and Siti Fatimah. "Pengaruh Aksesibilitas Dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah: Studi Pada Anggota Komunitas Difabel Blora Mustika." *Jurnal Md* 4, no. 2 (2018): 231–49.

Suryani Purba, Dewi, Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, Astri R Banjarnahor, Erika Revida, Sukarman Purba, Pratiwi Bernadetta Purba, Anggri Puspita Sari, et al. *Manajemen Usaha Kecil Dan Menengah*. Edited by Abdul Karim and Janner Simarmata. medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.

Syafaah, Nur, and Dewi Luh Gede Kusuma. "Mengungkap Motivasi UMKM Dalam Keputusan Untuk Fasilitas Pembiayaan Di BTPN Syariah(Studi Kasus Nasabah BTPN Syariah Gerokgak)." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika* 15, no. 1 (2025): 70–80.

Tanwijaya, Teddi. “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT UMKM MENGAJUKAN PEMBIAYAAN TERHADAP PERBANKAN SYARIAH (STUDY KASUS KECAMATAN UMBULHARJO YOGYAKARTA).” yogyakarta: fakultas agama islam universitas muhammadiyah yogyakarta, 2019.

tri anugrah bhakti, Rizki, and Tri Artanto. “RUANG LINGKUP PEMBIAYAAN PADA PERBANKAN SYARIAH DALAM SISTEM HUKUM NASIONAL.” *Jurnal Petita* 3 (2021): 1–13. https://journal.unrika.ac.id/index.php/petita/index.

Usfadhiya, Nafis, and Miswan Ansori. “Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Akses Informasi Terhadap Minat Menggunakan Produk Pembiayaan Lembaga Keuangan Syariah Di Pt Urecell.” *Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and Finance* 7, no. 2 (2024): 656–66. https://doi.org/10.25299/jtb.2024.vol7(2).19005.

Wahyu, Tri. *BISNIS MIKRO, KECIL DAN MENENGAH*. malang: Literasi Nusantara Abadi, 2021.

Wardhana, Aditya. *CONSUMER BEHAVIOR IN THE DIGITAL*. Edited by Mahir Pradana. Edisi indo. purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA, 2024.

Widhiani, Wian, and Wawan Oktriawan. “PENGARUH PROSEDUR PEMBIAYAAN ARRUM HAJI TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH NASABAH (Studi Kasus Pada Kantor Cabang Pegadaian (Persero) Syariah Veteran Purwakarta).” *Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah* 7, no. 2 (2021): 126–35.

Zusrony, Edwin. *PERILAKU KONSUMEN DI ERA MODERN*. semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2016.

LAMPIRAN

1. Lampiran kuesioner penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Pengetahuan Produk, Kemudahan Akses, Dan Prosedur Pembiayaan Bank Terhadap Minat Pelaku UMKM Dalam Mengajukan Pembiayaan Di Bank Syariah Indonesia Kc Sibolga (Studi Kasus Pelaku UMKM Di Pasar Sibolga Nauli)

Nama lengkap :
Usia :
Jenis kelamin :
Jenis usaha :
Pernyataan :

NO	PERNYATAAN PENGETAHUAN PRODUK	1	2	3	4	5
	Saya mengetahui berbagai kategori produk pembiayaan syariah seperti murabahah, mudharabah, dan musyarakah					
	Saya dapat membedakan kategori pembiayaan syariah berdasarkan prinsip akad dan tujuannya					
	saya familiar dengan terminologi pembiayaan syariah seperti *akad*, *marjin*, dan *ganti rugi*					
	Saya memahami arti istilah-istilah khusus seperti *ijarah* dan *qardh* dalam konteks pembiayaan Bank Syariah					
	Saya mengetahui ciri-ciri utama pembiayaan syariah yang berbasis prinsip Islam					
	Saya percaya bahwa produk pembiayaan syariah di Bank Syariah sesuai peraturan yang ada					
	Saya yakin pembiayaan syariah aman, transparan, dan dapat diandalkan untuk kebutuhan finansial saya					
NO	KEMUDAHAN AKSES	1	2	3	4	5
	Saya merasa mudah memperoleh informasi lengkap tentang produk pembiayaan syariah melalui bank					
	prosedur pelaporan masalah pada produk pembiayaan syariah di bank terasa mudah dan aman bagi UMKM.					
	Proses pengajuan dan transaksi pembiayaan syariah di bank sangat mudah bagi kelompok UMKM					

	Bank Syariah memberikan panduan sederhana untuk UMKM dalam melakukan transaksi pembiayaan.					
	Lokasi kantor Bank Syariah dan atm bank syarah Indonesia mudah dijangkau dan terjangkau biaya transportasi bagi kelompok UMKM					
	Aksesibilitas lokasi Bank Syariah mendukung kemudahan UMKM dalam mengurus pembiayaan					
	program pembiayaan syariah di bank memberikan akses pelayanan yang adil dan sama bagi kelompok UMKM dari berbagai etnis.					
NO	PROSEDUR PEMBIAYAAN BANK	1	2	3	4	5
	Realisasi pembiayaan syariah di bank tepat waktu sesuai kesepakatan akad					
	Proses pencairan (realisasi) pembiayaan syariah berjalan lancar tanpa penundaan bagi UMKM					
	Prosedur pengajuan pembiayaan syariah di Bank Syariah sederhana dan mudah dipahami oleh UMKM					
	Kemudahan prosedur administrasi pembiayaan syariah mendukung kelompok UMKM tanpa syarat rumit					
	Langkah-langkah prosedur pembiayaan syariah di bank terasa ringan dan tidak membebani UMKM					
	Waktu pelaksanaan dari pengajuan hingga pencairan pembiayaan syariah relatif singkat					
	Persyaratan dokumen untuk pembiayaan syariah di Bank Syariah realistis dan mudah dipenuhi oleh UMKM					
NO	PERNYATAAN MINAT	1	2	3	4	5
	Saya berminat mengajukan pembiayaaan di Bank Syariah untuk kebutuhan usaha saya					
	Saya merasa tertarik menggunakan pembiayaan di Bank Syariah dalam waktu dekat					
	Saya bersedia merekomendasikan pembiayaan Bank Syariah kepada pelaku UMKM lainnya					
	Saya bersedia untuk memberi tahu orang lain tentang keunggulan pembiayaan syariah di bank					

	Saya lebih memilih pembiayaan Bank Syariah dibandingkan pembiayaan di bank konvensional					
	Produk pembiayaan syariah Bank Syariah menjadi prioritas pilihan saya di masa depan					
	Saya tertarik mencari lebih lankut mengenai pembiayaan di Bank Syariah					

2. Rekap tabulasi

Variabel pengetahuan produk

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTAL X1
1	1	1	2	3	2	2	1	12
2	5	4	4	5	4	4	5	31
3	5	5	5	4	5	5	4	33
4	3	3	4	3	3	4	4	24
5	2	1	2	1	2	1	2	11
6	1	1	1	2	2	1	1	9
7	4	1	2	2	2	1	2	14
8	5	5	5	1	5	5	5	31
9	3	5	5	5	5	4	4	31
10	1	2	2	1	1	2	3	12
11	3	1	3	3	1	3	3	17
12	3	2	3	1	3	4	4	20
13	2	2	1	2	2	2	3	14
14	3	4	4	4	4	5	5	29
15	3	1	2	1	2	2	3	14
16	4	5	5	5	4	4	5	32
17	1	2	2	2	1	2	2	12
18	1	1	1	1	2	2	2	10
19	3	5	5	4	3	4	4	28
20	4	4	2	2	4	5	5	26
21	2	1	1	1	1	2	2	10
22	1	2	2	1	1	1	2	10
23	2	2	1	1	1	1	2	10
24	1	1	1	1	2	3	2	11
25	5	4	3	4	5	3	4	28
26	4	4	5	4	5	4	3	29
27	1	3	2	1	2	3	2	14
28	4	5	4	5	5	4	5	32
29	1	2	3	3	4	2	1	16

30	2	2	1	1	2	2	1	11
31	1	2	2	2	1	1	2	11
32	5	5	4	3	4	4	4	29
33	1	2	3	2	1	1	1	11
34	4	5	5	5	3	5	5	32
35	1	2	1	1	2	1	1	9
36	1	3	3	1	1	2	2	13
37	1	2	1	1	1	1	1	8
38	4	4	5	3	4	4	5	29
39	1	1	2	2	1	3	1	11
40	2	2	2	3	1	1	1	12
41	1	2	2	2	2	2	2	13
42	2	1	2	2	2	3	2	14
43	2	1	2	2	1	2	2	12
44	1	2	3	3	3	4	4	20
45	1	2	2	1	2	3	2	13
46	5	4	4	4	5	5	4	31
47	1	1	2	2	1	1	2	10
48	4	4	5	4	4	4	5	30
49	3	4	3	3	4	4	3	24
50	1	1	1	1	1	2	2	9
51	2	1	2	2	2	1	2	12
52	5	4	5	5	4	4	4	31
53	4	4	3	5	4	5	4	29
54	1	1	1	2	1	2	1	9
55	5	4	4	3	4	5	5	30
56	2	2	3	2	3	4	3	19
57	1	1	2	2	2	2	1	11
58	5	4	5	4	5	5	5	33
59	5	4	4	5	4	5	4	31
60	1	2	2	2	2	2	1	12
61	2	1	2	2	1	1	2	11
62	5	4	4	4	5	4	4	30
63	1	2	1	2	2	1	1	10
64	5	4	4	5	3	4	4	29
65	2	1	2	2	2	1	1	11
66	1	2	1	2	2	1	2	11
67	1	2	1	2	1	2	2	11
68	1	2	2	2	1	2	2	12
69	5	4	5	5	4	5	4	32
70	4	4	3	4	3	4	4	26

71	1	2	2	1	1	2	2	11
72	2	1	2	2	2	1	2	12
73	2	1	2	2	3	2	2	14
74	5	4	4	4	4	5	5	31
75	2	1	1	1	1	4	4	14
76	1	1	1	1	1	3	3	11
77	1	2	2	1	1	1	1	9
78	2	2	1	2	2	2	1	12
79	1	1	2	2	2	1	2	11
80	3	2	2	3	2	2	3	17
81	4	5	4	4	4	5	5	31
82	2	1	2	3	2	2	2	14
83	2	2	2	2	2	2	3	15
84	2	1	1	2	2	1	3	12
85	1	2	2	2	1	1	2	11
86	1	1	2	1	1	3	3	12
87	5	5	5	5	5	4	4	33
88	1	2	2	1	2	2	2	12
89	2	1	2	2	2	1	3	13
90	4	5	5	4	4	5	5	32
91	1	1	1	1	2	2	3	11
92	4	4	4	4	4	5	4	29
93	2	2	1	1	2	1	2	11

Variabel kemudahan akses

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	TOTAL X2
1	2	2	2	1	1	2	2	12
2	4	5	4	4	3	4	4	28
3	5	4	4	5	4	4	5	31
4	4	4	4	4	3	4	3	26
5	2	1	2	2	3	1	2	13
6	1	2	1	1	2	1	1	9
7	1	2	2	1	2	2	1	11
8	5	5	4	5	5	5	4	33
9	5	4	5	4	5	5	5	33
10	2	1	2	2	2	1	2	12
11	3	1	3	1	1	3	1	13
12	3	2	3	2	3	3	3	19
13	3	2	1	2	3	2	2	15

14	4	5	5	3	2	4	5	28
15	2	1	2	2	2	1	2	12
16	4	5	5	4	4	5	5	32
17	2	1	2	2	1	2	1	11
18	2	2	2	1	1	2	1	11
19	5	5	4	5	5	3	4	31
20	5	4	4	5	4	4	5	31
21	1	2	1	2	2	1	2	11
22	1	1	1	2	1	2	1	9
23	2	2	1	3	3	2	2	15
24	1	1	1	1	1	1	2	8
25	5	4	4	3	4	5	5	30
26	2	2	2	4	4	5	5	24
27	3	3	1	2	3	2	2	16
28	4	5	4	4	5	5	4	31
29	3	2	2	2	1	3	1	14
30	1	2	2	1	2	2	2	12
31	1	2	2	1	2	2	1	11
32	5	3	3	5	4	4	5	29
33	1	2	2	1	2	2	2	12
34	1	1	1	1	5	5	5	19
35	1	3	3	1	2	1	2	13
36	1	1	1	1	2	3	3	12
37	1	2	2	1	1	1	1	9
38	4	4	5	4	3	4	4	28
39	1	2	3	1	1	2	3	13
40	1	1	1	2	2	2	2	11
41	1	2	2	1	2	3	3	14
42	2	2	3	1	2	3	3	16
43	1	2	2	2	2	2	1	12
44	4	4	4	4	3	4	4	27
45	2	1	3	2	2	2	1	13
46	4	4	5	4	3	3	4	27
47	1	1	2	1	1	3	2	11
48	5	5	4	4	4	3	5	30
49	2	3	3	3	4	3	4	22
50	2	2	1	2	1	1	1	10
51	3	2	3	2	2	3	3	18
52	4	4	5	3	4	4	3	27
53	3	4	3	4	5	5	4	28
54	2	1	2	2	3	2	1	13

55	5	4	5	4	4	4	5	31
56	2	3	2	2	3	3	4	19
57	2	1	2	2	3	3	2	15
58	5	5	5	5	5	5	5	35
59	4	3	3	3	3	3	4	23
60	1	1	1	2	3	3	2	13
61	1	1	2	1	3	3	2	13
62	2	2	2	1	2	2	1	12
63	2	1	2	3	3	3	4	18
64	5	5	4	5	5	4	4	32
65	2	2	2	1	3	3	2	15
66	2	1	1	2	3	2	2	13
67	3	2	3	3	2	2	2	17
68	2	2	2	2	5	5	3	21
69	4	5	4	4	4	4	5	30
70	3	3	4	4	3	4	4	25
71	2	2	1	2	3	2	2	14
72	2	2	1	2	3	3	2	15
73	1	1	2	2	3	3	3	15
74	4	5	5	5	4	3	4	30
75	1	2	2	2	3	3	2	15
76	2	2	2	2	3	3	2	16
77	2	1	2	2	3	3	2	15
78	2	1	2	2	3	3	3	16
79	1	1	1	1	2	2	1	9
80	1	2	2	2	3	3	2	15
81	3	4	3	3	4	4	4	25
82	3	3	2	2	2	3	3	18
83	3	2	2	1	2	2	2	14
84	3	2	2	3	3	3	2	18
85	2	3	2	2	2	2	2	15
86	2	1	3	2	3	3	2	16
87	5	4	4	4	4	5	4	30
88	1	1	2	2	3	2	2	13
89	3	2	2	2	3	3	3	18
90	5	5	5	4	5	5	5	34
91	2	2	1	1	1	1	2	10
92	5	5	5	5	4	4	4	32
93	2	2	2	3	3	3	2	17

Variabel prosedur bank

NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	TOTAL X3
1	1	1	2	1	1	2	1	9
2	4	5	4	5	4	4	5	31
3	5	5	4	4	5	4	5	32
4	4	4	3	4	4	4	3	26
5	1	1	2	2	2	2	2	12
6	1	2	2	1	1	2	2	11
7	1	1	1	1	1	1	1	7
8	5	5	5	5	5	3	3	31
9	5	5	4	5	4	5	5	33
10	1	1	2	1	2	2	2	11
11	3	1	1	3	3	3	1	15
12	2	2	2	3	2	3	3	17
13	2	3	1	2	3	2	2	15
14	5	4	3	4	3	4	5	28
15	1	2	2	1	2	2	1	11
16	4	4	4	3	3	5	4	27
17	2	2	1	1	1	2	1	10
18	2	2	2	1	2	2	2	13
19	3	3	4	3	3	3	4	23
20	5	3	4	5	4	5	3	29
21	1	2	3	3	3	3	1	16
22	1	1	1	1	2	2	1	9
23	1	2	3	2	1	2	2	13
24	2	1	2	2	2	3	4	16
25	3	4	3	4	4	5	5	28
26	4	5	4	5	4	3	4	29
27	1	1	2	3	2	2	2	13
28	4	4	5	5	5	4	5	32
29	3	1	2	1	2	3	2	14
30	2	2	1	1	1	2	1	10
31	1	1	1	1	1	1	1	7
32	3	5	5	4	4	4	4	29
33	1	3	2	2	2	2	2	14
34	3	3	5	5	4	5	4	29
35	1	2	1	2	1	2	3	12
36	3	3	2	1	3	1	2	15
37	2	2	1	2	2	1	2	12
38	4	5	4	3	4	3	4	27

39	2	2	3	1	1	1	1	11
40	1	1	1	1	2	2	2	10
41	2	3	3	3	3	3	3	20
42	1	2	3	2	3	3	1	15
43	2	2	3	2	1	3	2	15
44	3	3	3	4	3	4	4	24
45	2	1	2	3	2	1	2	13
46	4	4	3	5	4	4	4	28
47	2	3	2	1	2	2	1	13
48	4	5	5	4	3	4	3	28
49	3	3	4	3	3	3	3	22
50	3	3	3	2	3	3	4	21
51	2	3	2	3	2	2	3	17
52	5	5	4	5	5	5	4	33
53	4	3	4	3	2	2	3	21
54	1	2	2	3	2	1	2	13
55	3	4	5	3	4	3	4	26
56	3	3	4	3	3	3	3	22
57	2	1	3	2	3	2	3	16
58	4	5	4	4	5	5	4	31
59	4	5	4	4	4	4	3	28
60	2	2	1	1	1	2	2	11
61	2	2	1	2	2	2	1	12
62	3	2	2	3	2	2	2	16
63	2	1	3	2	2	1	2	13
64	5	4	4	5	4	5	5	32
65	2	1	1	2	2	1	2	11
66	1	2	2	2	1	2	3	13
67	2	2	1	2	2	2	1	12
68	2	2	3	3	2	2	2	16
69	4	4	3	4	4	4	4	27
70	4	5	5	4	4	3	3	28
71	1	2	1	1	2	3	3	13
72	2	1	1	2	2	2	2	12
73	1	2	1	1	1	2	2	10
74	4	5	4	4	4	5	4	30
75	2	1	2	2	2	1	1	11
76	1	2	2	1	2	2	2	12
77	1	2	2	2	1	1	1	10
78	2	3	1	2	2	2	2	14
79	2	2	3	2	2	3	2	16

80	3	3	2	3	2	2	1	16
81	5	5	4	4	5	4	4	31
82	2	2	3	3	2	3	4	19
83	2	2	1	1	1	2	2	11
84	1	2	1	2	2	2	2	12
85	3	3	3	3	3	3	3	21
86	2	2	2	2	3	2	2	15
87	5	5	4	4	5	5	4	32
88	2	2	1	2	2	2	2	13
89	2	3	3	1	2	2	2	15
90	5	5	4	4	5	4	4	31
91	1	1	2	2	3	1	2	12
92	5	4	4	5	4	5	5	32
93	1	2	2	1	1	2	2	11

Variabel minat

NO	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	TOTAL Y
1	1	1	2	1	3	2	1	11
2	4	5	4	5	5	5	5	33
3	5	4	5	5	4	5	5	33
4	4	3	4	4	3	4	4	26
5	2	1	2	2	2	2	3	14
6	1	1	1	2	2	2	2	11
7	1	2	2	2	2	2	2	13
8	3	5	5	5	3	5	5	31
9	5	5	4	4	5	3	5	31
10	2	2	3	2	2	2	2	15
11	1	1	1	1	3	2	3	12
12	3	4	2	2	3	2	1	17
13	2	1	3	2	1	2	3	14
14	5	3	4	3	4	4	3	26
15	3	2	3	2	1	2	1	14
16	4	3	4	5	5	5	4	30
17	1	2	1	2	1	1	1	9
18	1	1	1	1	1	2	2	9
19	3	2	3	2	3	4	3	20
20	4	5	5	5	4	3	5	31

21	1	2	3	2	2	1	1	12
22	2	1	1	1	2	2	1	10
23	1	1	2	2	2	2	1	11
24	2	3	3	2	2	1	1	14
25	4	4	4	4	5	5	4	30
26	3	4	5	4	4	4	5	29
27	1	2	2	2	1	1	2	11
28	4	5	4	4	4	5	5	31
29	1	2	3	2	2	2	1	13
30	1	1	2	1	2	1	2	10
31	2	2	1	1	1	2	1	10
32	4	4	4	3	3	5	5	28
33	1	3	2	1	1	1	3	12
34	5	5	4	4	5	5	4	32
35	1	2	2	1	2	3	3	14
36	1	1	2	2	1	2	1	10
37	1	1	3	2	2	2	1	12
38	3	5	5	4	5	3	4	29
39	2	2	3	3	2	1	1	14
40	1	2	2	2	1	1	1	10
41	3	2	2	2	3	2	2	16
42	1	2	2	2	2	3	2	14
43	2	3	1	1	1	2	3	13
44	2	3	4	3	4	3	2	21
45	2	2	2	1	2	2	1	12
46	4	3	2	3	3	2	3	20
47	2	1	2	3	2	1	1	12
48	5	5	5	5	4	4	3	31
49	4	4	4	3	3	4	3	25
50	2	2	2	3	1	2	2	14
51	3	2	2	3	2	2	1	15
52	3	5	4	3	4	3	3	25
53	5	4	4	3	5	4	5	30
54	2	2	2	2	2	1	1	12
55	4	4	4	5	4	4	4	29
56	4	3	2	2	3	3	3	20
57	2	3	3	2	2	2	3	17
58	4	5	5	4	4	5	5	32
59	5	4	4	4	3	3	4	27
60	1	2	2	2	1	1	1	10
61	2	1	2	2	1	3	2	13

62	3	2	2	1	1	1	2	12
63	1	2	2	1	2	2	1	11
64	4	5	5	4	4	5	5	32
65	2	1	1	1	2	2	2	11
66	2	1	2	1	2	2	2	12
67	2	2	1	2	2	2	1	12
68	2	1	2	2	3	2	2	14
69	5	4	4	5	5	4	4	31
70	5	4	4	5	4	3	3	28
71	2	2	1	1	2	2	2	12
72	1	1	2	2	2	2	2	12
73	1	2	1	1	2	2	1	10
74	5	4	4	5	5	5	4	32
75	2	2	2	3	2	1	2	14
76	1	2	1	2	2	1	1	10
77	1	2	2	2	2	1	2	12
78	1	2	2	1	3	2	2	13
79	1	2	2	2	1	2	2	12
80	2	2	3	2	1	2	3	15
81	5	5	5	5	5	4	5	34
82	1	2	2	2	2	1	2	12
83	1	2	1	2	2	2	2	12
84	2	2	1	1	2	2	2	12
85	3	2	2	3	3	2	2	17
86	3	2	1	2	2	1	1	12
87	5	5	5	4	5	4	4	32
88	2	2	2	1	2	2	2	13
89	1	2	2	2	2	2	2	13
90	5	4	4	5	4	4	4	30
91	2	2	2	2	2	2	1	13
92	3	4	4	5	4	4	5	29
93	3	2	2	2	2	1	2	14

3. Dokumentasi





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus I : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam – Sumatera Barat - Telpon /Fax : (0752) 22813
Website : https://febi.uinbukittinggi.ac.id | Email : febi@uinbukittinggi.ac.id

Nomor : B-0712/Un.26.3/PP.07/04/2026 06 April 2026
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan PT. Bank Syariah Indonesia
Jl. Sutoyo Siswomiharjo No.22, Kota Beringin, Sibolga Kota
Kota Sibolga Sumatera Utara

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan melakukan penelitian kepada mahasiswa dibawah ini:

Nama	: **Satrio**
NIM	: 3322185
Semester	: VIII (Delapan)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Perbankan Syariah S1
Judul Skripsi	: ***"Pengaruh Pengetahuan Produk, Kemudahan Akses dan Prosedur Pembiayaan Bank Terhadap Minat UMKM Untuk Mengajukan Pembiayaan Di Bank Syariah KC Sibolga (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Di Pasar Sibolga Nauli)"***
Lokasi Penelitian	: PT. Bank Syariah Indonesia Jl. Sutoyo Siswomiharjo No.22, Kota Beringin, Sibolga Kota, Kota Sibolga Sumatera Utara
Waktu	: 31 Maret s.d 30 April 2026

Demikian disampaikan, atas bantuannya diaturkan terima kasih.

Wassalam
Dekan

Dr. H. Aidil Alfin, M.Ag
NIP. 197205201999031007

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
Nomor: 322.12/Un.26.3/HK.00.5/09/2025

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Membaca : Lembaran Pengajuan Judul Proposal Skripsi dan Penetapan Pembimbing oleh Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi an **Satrio** NIM**. 3322185** tanggal 10 September 2025;

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan Skripsi mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing.

Mengingat :
1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 4286);
2 Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5336);
3 Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5500);
4 Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 120, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 6263);
5 Peraturan Presiden RI No. 85 Tahun 2022 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi menjadi Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 135);.
6 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 76 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik IndonesiaTahun 2022 Nomor 1233);
7 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2022 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 1288);

MEMUTUSKAN

Menetapkan :
Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **"Pengaruh Pengetahuan Produk, Kemudahan Akses, dan Prosedur Bank Terhadap Minat Pelaku UMKM Dalam Mengajukan Pembiayaan Di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga (Studi Kasus: Pelaku UMKM Di Pasar Sibolga Nauli)"**

Kedua : Menunjuk saudara:

Nama	:	**Dr. M. Imamuddin, M.Pd, ME**
NIP	:	197608012009121002
Pangkat/Gol.Ruang	:	Pembina/IV/a/ Lektor Kepala
Bidang Keahlian Pokok	:	Pendidikan Matematika
Memberi Mata Kuliah	:	Matematika Ekonomi
Untuk Tugas	:	Pembimbing

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 10 September 2025
Dekan,

AIDIL KLEIN

Tembusan :
1. Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

BSI BANK SYARIAH INDONESIA

PT Bank Syariah Indonesia (Persero) Tbk
Region II Medan
Jl. Kejaksaan no. 2 / 11 5
Kel. Petisah Tengah, Kec. Medan Petisah
Kota Medan – 20112
T. 061 – 45334455 (Hunting)
F. 061 – 45334456

www.bankbsi.co.id

6 Mei 2026
No.06/00659-3/RO II

Kepada
Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukit Tinggi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jl. Gurun Aur Kubang Putih

Up.: Yth. Bapak Dr. H. Aidil Alfin M. Ag, Dekan

Perihal: **PERSETUJUAN PENELITIAN (RISET)**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Semoga Bapak beserta seluruh staff selalu dalam keadaan sehat walafiat dan senantiasa dalam lindungan dan rahmat dari Allah SWT.

Menunjuk perihal tersebut di atas, bersama ini disampaikan bahwa pelaksanaan riset dalam rangka penyusunan skripsi Mahasiswa Bapak dapat dilaksanakan dengan keterangan sebagai berikut:

No	Nama	NIM	Judul Penelitian	Tempat Riset
1	Sabio	3322185	Pengaruh Pengetahuan Produk, Kemudahan Akses dan Prosedur Pembiayaan Bank Terhadap Minat UMKM Untuk Mengajukan Pembiayaan Di Bank Syariah KC Sibolga (Studi kasus Pada Pelaku UMKM Di Pasar Sibolga Nauli)	KC Sibolga

Kami sampaikan bahwa selama pelaksanaan penelitian tersebut agar memperhatikan dan mematuhi ketentuan sebagai berikut:

1. Peserta riset wajib dan terikat kepada ketentuan Bank (SPO Human Capital PT Bank Syariah Indonesia, Tbk.);
2. Hasil riset atau penelitian diharapk an dapat membantu perbaikan, penyempurnaan kinerja, sistem dan prosedur kerja yang ada;
3. Peserta riset hanya dapat memperoleh data untuk kepentingan ilmiah dan yang bersangkutan tidak diperkenankan menyebarluaskan
4. nya kepada pihak lain;
5. Peserta riset tidak diperkenankan mengcopy atau meminjam data yang berkaitan dengan kerahasiaan Bank maupun strategi bisnis yang bersifat rahasia dan membuat salinan dokumen nasabah untuk kepentingan pribadi;
6. Peserta melaksanakan riset selama ± 2 (dua) minggu, dan bila diperlukan, dapat diperpanjang dengan jangka waktu maksimal 1 (satu) bulan;
7. Peserta riset di bawah bimbingan dan pengawasan seorang pejabat bank;
8. Peserta riset menyerahkan 1 (satu) buah *copy* hasil riset yang telah diperiksa/disetujui oleh pembimbing dan pejabat PT Bank Syariah Indonesia Tbk.;
9. Peserta wajib menandatangani **Surat Pernyataan** bermaterai, untuk tunduk kepada ketentuan Bank dan ketentuan tentang kerahasian Bank sesuai perundangan yang berlaku dan surat pernyataan yang dimaksud harus disetujui oleh perguruan tinggi/lembaga pendidikan yang bersangkutan. (terlampir).

Demikian kami sampaikan atas kerjasama Bapak kami mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk.
REGION II MEDAN

And Oky
ISE Manager

Nina Moetia
Operational Deputy

4. **Uji validitas**

Uji validitas variabel pengetahuan produk

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.784***	.789***	.758***	.828***	.760***	.805***	.913***
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X1.2	Pearson Correlation	.784***	1	.849***	.750***	.819***	.785***	.768***	.916***
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X1.3	Pearson Correlation	.789***	.849***	1	.794***	.800***	.775***	.760***	.917***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X1.4	Pearson Correlation	.758***	.750***	.794***	1	.744***	.665***	.646***	.851***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X1.5	Pearson Correlation	.828***	.819***	.800***	.744***	1	.774***	.739***	.908***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X1.6	Pearson Correlation	.760***	.785***	.775***	.665***	.774***	1	.845***	.893***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X1.7	Pearson Correlation	.805***	.768***	.760***	.646***	.739***	.845***	1	.885***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.913***	.916***	.917***	.851***	.908***	.893***	.885***	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93

***. Correlation at 0.001(2-tailed)

Uji validita variabel kemudahan akses

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.826***	.808***	.846***	.619***	.645***	.721***	.902***
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X2.2	Pearson Correlation	.826***	1	.820***	.787***	.606***	.615***	.727***	.889***
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X2.3	Pearson Correlation	.808***	.820***	1	.745***	.531***	.647***	.706***	.867***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X2.4	Pearson Correlation	.846***	.787***	.745***	1	.727***	.660***	.750***	.907***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X2.5	Pearson Correlation	.619***	.606***	.531***	.727***	1	.767***	.734***	.809***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X2.6	Pearson Correlation	.645***	.615***	.647***	.660***	.767***	1	.785***	.832***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X2.7	Pearson Correlation	.721***	.727***	.706***	.750***	.734***	.785***	1	.888***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.902***	.889***	.867***	.907***	.809***	.832***	.888***	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93

***. Correlation at 0.001(2-tailed)

Uji validitas variabel prosedur perbankan

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.823***	.720***	.809***	.820***	.766***	.731***	.911***
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.2	Pearson Correlation	.823***	1	.757***	.751***	.798***	.743***	.722***	.899***
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.3	Pearson Correlation	.720***	.757***	1	.756***	.751***	.695***	.693***	.861***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.4	Pearson Correlation	.809***	.751***	.756***	1	.824***	.771***	.760***	.910***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.5	Pearson Correlation	.820***	.798***	.751***	.824***	1	.765***	.725***	.910***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.6	Pearson Correlation	.766***	.743***	.695***	.771***	.765***	1	.783***	.883***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
X3.7	Pearson Correlation	.731***	.722***	.693***	.760***	.725***	.783***	1	.866***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.911***	.899***	.861***	.910***	.910***	.883***	.866***	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93

***. Correlation at 0.001(2-tailed)

Uji validitas variabel minat pelaku UMKM

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	TOTAL_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.780***	.737***	.781***	.780***	.743***	.722***	.887***
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
Y.2	Pearson Correlation	.780***	1	.821***	.786***	.774***	.734***	.781***	.906***
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
Y.3	Pearson Correlation	.737***	.821***	1	.840***	.758***	.767***	.773***	.907***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
Y.4	Pearson Correlation	.781***	.786***	.840***	1	.771***	.734***	.734***	.900***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
Y.5	Pearson Correlation	.780***	.774***	.758***	.771***	1	.781***	.736***	.892***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
Y.6	Pearson Correlation	.743***	.734***	.767***	.734***	.781***	1	.823***	.889***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
Y.7	Pearson Correlation	.722***	.781***	.773***	.734***	.736***	.823***	1	.889***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.887***	.906***	.907***	.900***	.892***	.889***	.889***	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93

***. Correlation at 0.001 (2-tailed)

5. uji reliabilitas

Variablel pengetahuan produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.960	7

Variabel kemudahan akses

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.947	7

Variabel prosedur bank

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.957	7

Variabel minat pelaku UMKM

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.959	7

Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			93
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.36392372
Most Extreme Differences	Absolute		.082
	Positive		.073
	Negative		-.082
Test Statistic			.082
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.157
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d]	Sig.		.131
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.122
		Upper Bound	.139

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.

Uji multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.323	.671		-.481	.632		
	TOTAL_X1	.296	.077	.314	3.856	<,001	.138	7.249
	TOTAL_X2	.209	.079	.198	2.644	.010	.163	6.141
	TOTAL_X3	.495	.084	.477	5.894	<,001	.140	7.144

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Uji regresi linear berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.323	.671		-.481	.632		
	TOTAL_X1	.296	.077	.314	3.856	<,001	.138	7.249
	TOTAL_X2	.209	.079	.198	2.644	.010	.163	6.141
	TOTAL_X3	.495	.084	.477	5.894	<,001	.140	7.144

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Uji f variabel kemudahan akses dan pengetahuan produk

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5593.006	2	2796.503	352.105	<,001[b]
	Residual	714.801	90	7.942		
	Total	6307.806	92			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Uji F variabel pengetahuan produk dan prosedur bank

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5753.318	2	2876.659	466.915	<,001[b]
	Residual	554.489	90	6.161		
	Total	6307.806	92			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1

Uji F kemudahan akses dan prosedur bank

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5707.809	2	2853.904	428.087	<,001[b]
	Residual	599.998	90	6.667		
	Total	6307.806	92			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X3

Uji F variabel pengetahuan produk, kemudahan akses dan prosedur bank

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5793.698	3	1931.233	334.326	<,001[b]
	Residual	514.108	89	5.776		
	Total	6307.806	92			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1

Uji t parsial

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.323	.671		-.481	.632		
	TOTAL_X1	.296	.077	.314	3.856	<,001	.138	7.249
	TOTAL_X2	.209	.079	.198	2.644	.010	.163	6.141
	TOTAL_X3	.495	.084	.477	5.894	<,001	.140	7.144

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Uji koefisien determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.958[a]	.918	.916	2.403

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Y