

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN KEPERCAYAAN
PEDAGANG UMKM TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH
PEMBIAYAAN DI BANK SYARIAH**



SKRIPSI

**Disusun untuk Melengkapi Syarat-syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh :

ULFA CAESARAH

NIM : 1507025091

NIMKO : 3954020215091

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA
TAHUN 2019 M / 1441 H**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan Dan Kepercayaan Pedagang UMKM Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pembiayaan Di Bank Syariah”** merupakan keaslian hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
3. Jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.

Jakarta, 04 Desember 2019



(Ulfa Caesarah)

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan Dan Kepercayaan Pedagang UMKM Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pembiayaan Di Bank Syariah”**, ditulis oleh Ulfa Caesarah, NIM: 1507025091, NIMKO: 3954020215091, telah disetujui ke dalam ujian sidang Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah

Pembimbing


(Nur Melinda Lestari, S.E.I., M.H)

PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Dan Kepercayaan Pedagang UMKM Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pembiayaan Di Bank Syariah ditulis oleh Ulfa Caesarah, NIM: 1507025091, NIMKO: 3954020215091, telah diujikan pada hari Selasa tanggal 19 November 2019, diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,


Fitri Liza S. Ag., M.A

Nama

Tanda Tangan

Tanggal

Fitri Liza S. AG., M.A

Ketua



15/11/19

Ai Fatimah Nur Fuad, Lc., MA., Ph.D.

Sekretaris



4/12/19

Nur Melinda Lestari S.E.I., M.H

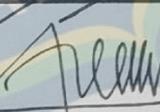
Anggota/Pembimbing



05/12/19

Arif Hamzah, MA.

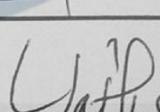
Anggota/Penguji I



05/12/19

Yanti Budiasih, S.E, M.M.

Anggota/Penguji II



03 Des 2019

ABSTRAKSI

Ulfa Caesarah, Pengaruh Pengetahuan Dan Kepercayaan Pedagang UMKM Terhadap Minat Mengajukan Pembiayaan Di Bank Syariah. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara pengetahuan dan kepercayaan terhadap minat pedagang pasar jaya cipulir mengajukan pembiayaan di perbankan syariah. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, populasi dari pedagang pasar jaya cipulir sebanyak 2883 pedagang dengan pengambilan sampel sebanyak 97 orang sebagai responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan menggunakan metode *sampling incidental*. Hasil dari penelitian ini, dalam uji t variabel pengetahuan nilai t-hitung sebesar 8,040 dimana lebih besar dari pada t-tabel yaitu 1,98472 serta koefisien regresi beta sebesar 0,658 dengan nilai tingkat signifikan t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Kepercayaan t-hitung sebesar 3,071 dimana lebih besar dari pada t-tabel yaitu 1,98472 serta koefisien regresi beta sebesar 0,6251 dengan nilai tingkat signifikan t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil uji f dengan menunjukkan bahwa minat pedagang pada f-hitung diperoleh sebesar 143,789 dimana lebih besar dari pada f-tabel yaitu 3,09 dengan tingkat sig 0,000 lebih kecil dari 0,05. Nilai pada uji koefisiensi deteminan (R^2) menjelaskan pengaruh pengetahuan dan kepercayaan terhadap minat pedagang mengambil pembiayaan di perbankan syariah sebesar 74,3%, sedangkan sisanya 25,7% dijelaskan dengan faktor-faktor lain.

Kata Kunci : Pengetahuan, Kepercayaan, Minat

DAFTAR ISI

Judul	Error! Bookmark not defined.
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	ii
Pengesahan Panitia Ujian Skripsi.....	iii
Kata Pengantar	v
Abstraksi	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	2
A. Latar Belakang	2
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
F. Kajian Terdahulu.....	10
G. Sistematika penulisan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Pengetahuan	16
B. Kepercayaan.....	19
C. Minat	22
D. Pembiayaan	24
E. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	27
F. Kerangka Berpikir	28
H. Hipotesis.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	31

B. Instrumen Penelitian.....	36
C. Metode Pengumpulan Data	37
D. Metode Pengolahan Data	38
E. Metode Analisis Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	46
A. Gambaran Umum Pasar Jaya Cipulir	46
B. Gambaran Umum Responden	47
C. Hasil Kuesioner	49
D. Interpretasi Penelitian.....	64
BAB V KESIMPULAN	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Pertumbuhan Pembiayaan	4
Tabel 1.2	: Kajian Pustaka Terdahulu	11
Tabel 3.1	: Instrumen Penelitian	34
Tabel 3.2	: Nilai Skala Likert	37
Tabel 4.1	: Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4.2	: Umur Responden	46
Tabel 4.3	: Pendidikan Terakhir Responden	47
Tabel 4.4	: Pendapatan Rata-Rata Responden	48
Tabel 4.5	: Frekuensi Statistik Variabel Pengetahuan	49
Tabel 4.6	: Hasil Jawaban Responden per Variabel Pengetahuan	50
Tabel 4.7	: Frekuensi Statistik Variabel Kepercayaan	50
Tabel 4.8	: Hasil Jawaban Responden per Variabel Kepercayaan	51
Tabel 4.9	: Frekuensi Statistik Variabel Minat	52
Tabel 4.10	: Hasil Jawaban Responden per Variabel Minat	53
Tabel 4.11	: Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4.12	: Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.13	: Hasil Uji Autokorelasi	58
Tabel 4.14	: Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.15	: Hasil Analisis Linear Berganda	61
Tabel 4.16	: Hasil Uji T	67
Tabel 4.15	: Hasil Uji F	66
Tabel 4.16	: Hasil Uji Koefisien Determinasi	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Grafik Pertumbuhan Ekonomi	2
Gambar 2.1 : Kerangka Berpikir	31
Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas	59
Gambar 4.2 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	62



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

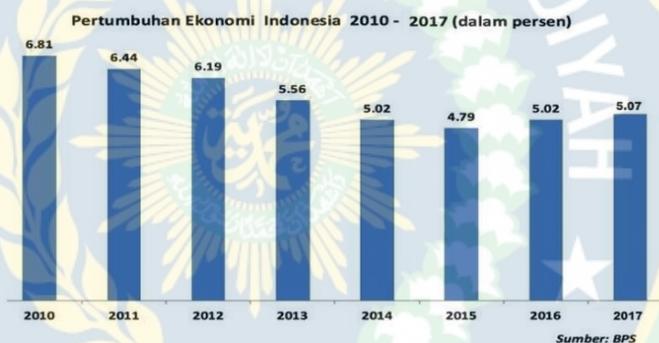
Bank syariah dan UUS (Unit Usaha Syariah) mempunyai fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat yang telah ditetapkan dalam UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Salah satu bentuk penyaluran kredit kepada masyarakat adalah memberikan pinjaman dalam bentuk modal kerja. Salah satu produk pinjaman di bank syariah ialah Usaha Mikro Kecil dan Menengah disingkat UMKM. Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan kegiatan usaha kecil yang milik perseorangan dan memiliki kekayaan bersih kurang lebih Rp. 200.000.000 tidak termasuk dengan tanah dan bangunan tempat usaha. Usaha Mikro Kecil dan Menengah digambarkan sebagai sektor yang memiliki peranan penting dalam pembangunan perekonomian di Indonesia. Hal ini dikarenakan sebagian besar jumlah penduduk yang ada di Indonesia memiliki pendidikan yang rendah dan menjalani kehidupan pada kegiatan usaha kecil baik dalam sektor tradisional ataupun modern. UMKM cukup berperan besar dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Kemampuan UMKM dalam menyerap tenaga kerja di Indonesia yaitu sebanyak 97,2% pada tahun 2017.¹

¹ Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah, Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah Tahun 2016-2017

Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami peningkatan setelah terjadinya penurunan yang sangat rendah pada tahun 2015. Meskipun mengalami perlambatan dalam peningkatannya, namun pertumbuhan ekonomi pada tahun 2017 menjadi angka tertinggi selama 4 tahun dari tahun 2014.² Lalu mengalami peningkatan 0,10% pada tahun 2018. Salah satu sektor yang menjadi peningkatan PDB tersebut adalah perdagangan.³

Gambar 1.1

Grafik Pertumbuhan Ekonomi



Sekertaris Jendral Kementrian Koperasi dan UKM mengatakan pada dasarnya pertumbuhan UKM dari Tahun 2014 hingga 2016 mencapai 3,1% dari jumlah penduduk. Maka dari itu tahun 2019 pihaknya menargetkan pertumbuhan sebesar 5%.⁴

² Kompas.com, “Ekonomi indonesia 2017 tumbuh 5,07 persen, tertinggi sejak tahun 2014”, <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/05/113820026/ekonomi-indonesia-2017-tumbuh-507-persen-tertinggi-sejak-tahun-2014>”(di akses pada 31 Agustus 2019)

³ Badan Pusat Statistik, Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2018 ” <https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/02/06/1619/ekonomi-indonesia-2018-tumbuh-5-17-persen.html>” (di akses pada 31 Agustus 2019)

⁴ Detik Finance “Pemerintah Targetkan UMKM di 2019 Jadi 5% dari Populasi RI” <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3985019/pemerintah-targetkan-umkm-di-2019-jadi-5-dari-populasi-ri> (Diakses 31 Agustus 2019)

Pertumbuhan ekonomi dalam rentang 6-7% yang ditargetkan oleh Presiden RI dapat terjadi apabila usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dilibatkan untuk mendorong investasi dan lapangan kerja. Wakil Ketua Komite Ekonomi dan Industri Nasional (KEIN) mengatakan UMKM memberikan kontribusi terhadap PDB sebesar 60% serta serapan tenaga kerja 99,9% angka tersebut lebih besar dibandingkan kontribusi perusahaan.⁵

Langkah pemerintah yang akan meningkatkan target pertumbuhan ekonomi dengan memaksimalkan para pelaku pedagang UMKM, dapat menjadi peluang untuk Bank Syariah dalam memberikan pembiayaan kepada pelaku pedagang UMKM dengan mencukupi kebutuhan modal para pelaku UMKM. Pada saat ini Lembaga Keuangan Syariah sudah memberikan pembiayaan modal kerja kepada nasabahnya dan mengalami peningkatan yang cukup besar.

Tabel 1.1

Pertumbuhan Pembiayaan

Tahun	Jumlah Pembiayaan
2016	20,977
2017	22,827
2018	23,874

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

⁵ Detik Finance “Pertumbuhan Ekonomi 6-7% Bisa Dicapai Asal UKM Dilibatkan” <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4636253/pertumbuhan-ekonomi-6-7-bisa-dicapai-asal-ukm-dilibatkan> (Diakses 31 Agustus 2019)

Faktor yang dapat mempengaruhi minat pedagang salah satunya pengetahuan mengenai produk dan jasa, bank syariah menempuh mekanisme bagi hasil sebagai pemenuhan kebutuhan permodalan dan melalui mekanisme jual-beli sebagai pemenuhan kebutuhan pembiayaan, dari pemenuhan permodalan yang ditawarkan tersebut antarlain: pembiayaan Mudharabah, Murabahah, Musyarakah dan Qadrul Hasan dengan menggunakan sistem bagi hasil.⁶

Otoritas jasa keuangan mengemukakan ada baiknya masyarakat perlu diberikan pengetahuan dan pemahaman terlebih dahulu mengenai jasa keuangan syariah sebelum memanfaatkannya karena tingkat pengenalan masyarakat akan keuangan syariah pada perbankan syariah sebesar 6,6% terlebih pada lembaga pembiayaan hanya sebesar 0,2%.⁷ Menandakan bahwasannya masih banyak yang belum mengetahui mengenai keuangan syariah apalagi terhadap produknya, padahal untuk dapat mengetahuinya saat ini mudah dijangkau karna perkembangan teknologi yang semakin maju.

Pengetahuan konsumen memberikan dampak dalam minat pedagang untuk memilih suatu model jasa tertentu dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan yang ada. Dalam suatu komunitas pasti mempunyai pengetahuan yang berbeda mengenai setiap model jasa yang tersedia, beserta dengan

⁶ Claudia Meidisa dan Febsri Susanti “Pengaruh Preferensi dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Nagari Unit Layanan Syariah Cabang Pasar Raya Padang” (Jurnal Ilmiah: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP, 2017) 2

⁷ Otoritas Jasa Keuangan, Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia Revisit 2017, (Jakarta: Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen 2017), 55

perusahaan jasa yang mengeluarkan jasa tersebut. Terdapat kemungkinan beberapa konsumen telah mengetahui dengan baik kelebihan dan kekurangan dari setiap perusahaan jasa yang menyediakan suatu model jasa dan tidak menutup kemungkinan ada pula banyak orang yang belum terlalu mengetahui bagaimana model jasa itu dijalankan.

Penelitian yang dilakukan oleh Atikah dan Endah memperoleh angka koefisien korelasi sebesar 0,771 dengan nilai signifikan $p = 0,000$ ($p < 0,001$). Koefisien korelasi tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan signifikan antara pengetahuan produk dengan intensi membeli. Nilai positif pada koefisien korelasi berarti bahwa semakin tinggi pengetahuan produk maka akan semakin tinggi intensi membeli.⁸ Lalu Suparna dan Wahyuni dalam penelitiannya juga mengemukakan bahwa pengetahuan konsumen tentang produk (*product knowledge*) akan menentukan keputusan pembelian dan secara tidak langsung berpengaruh pada intensitas pembelian.⁹

Intensitas pembelian yang dilakukan oleh para konsumen harus didasarkan oleh rasa kepercayaan yang dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan, maka dapat dengan mudah meningkatkan minat para pemakai dalam hal ini yang dimaksudkan adalah para pedagang. Jika seorang konsumen dapat percaya dan yakin akan suatu kinerja sistem baik, maka

⁸ Atikah Rizky Kusumaningtyas dan Endah Mujasih “Hubungan Antara Pengetahuan Produk dengan Intensi Membeli Smartphone Pada Karyawan PT X” (jurnal Ilmiah: Universitas Diponegoro), 415

⁹ Ni Luh Gede Wahyuni dan Gede Suparna “Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention Produk Tas Tiruan di Kota Denpasar” (Jurnal Ilmiah: Universitas Udayana 2014), 1031

konsumen akan menggunakan dan menganggap sebuah sistem tersebut akan menghasilkan hasil yang positif bagi para penggunanya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Brian dan Sukirno terdapat pengaruh positif dan signifikan pada kepercayaan terhadap minat dengan koefisien R sebesar 0,385 dan nilai t hitung sebesar $8,282 > t$ tabel 1,960 pada taraf signifikansi 5%.¹⁰ Di dalam penelitian yang dilakukan oleh Yusnidar, Samsir dan Sri Astuti, mereka menjelaskan bahwasannya semakin tinggi kepercayaan konsumenn maka semakin tinggi pula minat. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan memberikan pengaruh positif terhadap minat sebesar 0,1337 dengan *t-value* 4,0057 pada taraf keyakinan 0,05% dapat dikatakan bahwa pengaruh tersebut signifikan karena nilai *t-value* lebih besar dari 1,967.¹¹

Pasar merupakan sektor perekonomian dalam bentuk perdagangan yang banyak dilakukan oleh pelaku usaha untuk mengembangkan usaha. Dalam hal ini Provinsi DKI Jakarta mendirikan Perumda Pasar Jaya berdasarkan keputusan Gubernur dalam rangka peningkatan efisiensi umum dibidang perpasaran di lingkungan DKI Jakarta sehingga dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi masyarakat, juga merupakan sumber penghasilan riil bagi daerah.¹²

¹⁰ Brian Dwi Saputro dan Sukirno, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking" (Jurnal Ilmiah: Universitas Negeri Yogyakarta 2013), 59

¹¹ Yusnidar, Samir dan Sri Restuti, "Pengaruh Kepercayaan dan Rersepsi Resiko Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara online di Kota Pekanbaru, (Jurnal Ilmiah: Universitas Riau 2014), 323

¹² Pasar Jaya, Profil Pasar Jaya, "<http://pasarjaya.co.id/about/detail/Profile-Pasar-Jaya>" (di akses pada 31 Agustus 2019)

Saat ini Perumda Pasar Jaya mengelola 153 pasar, salah satunya adalah Pasar Jaya Cipulir yang beroperasi dalam sistem penjualan grosir pakaian yang dapat menjadi strategi pemasaran untuk para instansi perbankan syariah meningkatkan tingkat pengetahuan dan kepercayaan terhadap bank syariah dalam memenuhi kebutuhan modal usaha para pedagang.

Berdasarkan pemaparan-pemaparan yang telah diuraikan oleh penulis diatas maka dari itu penulis ingin membahasnya dalam bentuk skripsi yang berjudul: **PENGARUH PENGETAHUAN DAN KEPERCAYAAN PEDAGANG UMKM TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH PEMBIYAAAN DI BANK SYARIAH.**

B. Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang diatas, maka yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami penurunan yang sangat rendah pada tahun 2015.
2. Salah satu sektor yang menjadi peningkatan PDB adalah sektor perdagangan. UMKM sendiri memberikan kontribusi terhadap PDB sebesar 60% serta serapan tenaga kerja 99,9% angka tersebut lebih besar dibandingkan kontribusi perusahaan.
3. Pertumbuhan UKM dari Tahun 2014 hingga 2016 mencapai 3,1% dari jumlah penduduk.
4. UMKM dapat menyerap tenaga kerja sebesar 97,2% pada tahun 2017.

5. Tingkat pengenalan terhadap Perbankan Syariah hanya sebesar 6,6% dan lembaga pembiayaan 0,2%

C. Batasan Masalah

Berdasarkan pemaparan diatas maka penulis memberikan batasan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, agar penelitian ini lebih fokus untuk mendapat hasil yang sesuai dengan tujuan dan tidak terjadi pelebaran masalah dalam penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti membatasi yang hanya berkaitan dengan Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan Pedagang UMKM Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pembiayaan di Bank Syariah Studi Kasus Pada Pasar Jaya Cipulir.

D. Rumusan Masalah

Dengan mengacu pada latar belakang di atas, maka dapatlah dirumuskan beberapa pokok permasalahan yang selanjutnya akan terjadi obyek pembahasan dalam skripsi ini.

Adapun rumusan masalah dalam pembahasan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah pembiayaan di Bank Syariah?
2. Bagaimana pengaruh Kepercayaan terhadap minat menjadi nasabah pembiayaan di Bank Syariah?
3. Bagaimana pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan terhadap minat menjadi nasabah pembiayaan di Bank Syariah?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan dan manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh Pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah pembiayaan di Bank Syariah
2. Menganalisis pengaruh Kepercayaan terhadap minat menjadi nasabah pembiayaan di Bank Syariah
3. Menganalisis pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan terhadap minat menjadi nasabah pembiayaan di Bank Syariah.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perkembangan ilmu perbankan syariah khususnya dibidang pembiayaan untuk mengetahui faktor yang menjadi minat pedagang dalam menjadi nasabah pembiayaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur bagi mahasiswa dalam melakukan penelitian selanjutnya, terutama terkait dengan pembiayaan.

b. Bagi Peneliti

Dapat menjadi sarana untuk meningkatkan dan memperdalam pengetahuan serta pemahaman tentang pembiayaan dan

mengembangkan ilmu yang sudah diperoleh untuk dilaksanakan di lapangan.

c. Bagi Bank Syariah

Diharapkan penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang perbankan syariah khususnya pembiayaan untuk mengembangkan idenya agar dapat menarik para pedagang menjadi nasabah pembiayaan.

F. Kajian Terdahulu

Pembahasan mengenai pengetahuan dan kepercayaan terhadap minat yang telah dilakukan penelitian sebelumnya, diantaranya:

Tabel 1.2

Kajian Pustaka Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Matimmatul Faizah, 2017 Pengaruh Tingkat Kebutuhan, Pengetahuan, Kepercayaan Dan Lokasi Terhadap Minat Pengusaha UMKM Kota Yogyakarta Mengajukan Pembiayaan di Perbankan Syariah	Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi R^2 diperoleh <i>adjusted R square</i> sebesar 0,035 yang berarti bahwa kontribusi kebutuhan, pengetahuan, kepercayaan dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap minat pengusaha	1. Variabel independen : pengetahuan dan kepercayaan 2. Variabel dependen : minat 3. Metode pengumpulan data	1. Variabel independen : kebutuhan dan lokasi 2. Objek penelitian : pengusaha Kota Yogyakarta

		UMKM mengajukan pembiayaan di bank syariah sebesar 69,5% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.		
2.	Ali Chamidun, 2015, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syariah	Variabel pelayanan, reputasi, dan prosedur secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap meningkatnya minat UMKM mengajukan pembiayaan pada lembaga keuangan syari'ah (BMT Barokah Magelang). dengan besaran pengaruhnya adalah 95,4%	1. Variabel dependen : minat 2. Metode : Analisis Data	1. Variabel Independen : Prosedur, pelayanan dan reputasi 2. Objek penelitian 3. Teknik pengambilan sampel
3.	Nurul Saraswati, 2016, Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi	Pada tabel uji parsial dapat dilihat bahwa tingkat probabilitas kurang dari 0,05 berarti variabel	1. Variabel independen : Pengetahuan	2. Objek penelitian : Penduduk Kota Magelang 3. Metode Analisis Data

	Nasabah Bank Muamalat KCP Magelang	bebas berpengaruh signifikansi terhadap variabel terikat. t hitung untuk variabel pengetahuan diperoleh sebesar 12,100 sedangkan signifikansinya 0,000 (lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05). Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan masyarakat terbukti secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (minat menjadi nasabah) karena hasil signifikansinya lebih kecil dari probabilitas signifikan 0,05		4. Teknik Pengambilan Sampel
4.	Rahma Bellani Oktaviandria Irananti, UIN Syarif Hidayatullah, 2017, Pengaruh Religiusitas, kepercayaan, pengetahuan dan Lokasi Terhadap Minat	Variabel kepercayaan mempunyai nilai signifikan $0,025 < 0,05$. Hal ini berarti menerima H_{a2} atau menolak H_{02} , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan	1. Variabel Independen : dan pengetahuan 2. Variabel dependen : Minat 3. Metode : Analisis Data	1. Variabel dependen : Religiusitas dan Lokasi 2. Objek Penelitian : Masyarakat Tangerang Selatan

	Masyarakat Menabung di Bank Syariah	secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat.		3. Teknik Pengambilan Sampel
5.	Fiddiatun Hasanah, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2017, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menjadi Nasabah Pembiayaan di Lembang Keuangan Syariah (LKS) dan Lembaga Keuangan Konvensional (LKK)	Kepercayaan UMKM berpengaruh dalam menentukan keputusan UMKM menjadi nasabah pembiayaan di LKS dan LKK. Pelaku UMKM percaya bahwa Lembaga Keuangan Syariah menjalankan kegiatan operasionalnya sesuai dengan standar operasional berdasarkan syariah, sedangkan untuk Lembaga Keuangan Konvensional, pelaku UMKM juga percaya bahwa LKK menjalankan kegiatan operasionalnya sesuai dengan standar operasional yang berlaku.	1. Variabel Independen : Kepercayaan 2. Variabel Dependen : Minat 3. Objek Penelitian : Pedagang UMKM 4. Metode Analisis Data	1. Variabel Independen : pelayanan, pengembalian hasil dan tingkat dan tingkat kesesuaian hukum 2. Teknik Pengambilan Sampel

G. Sistematika penulisan

Untuk memberikan gambaran tentang isi laporan secara keseluruhan, maka penulis membagi sistematika penulisan skripsi ini ke lima bab, yang masing-masing sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Membahas tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Pembahasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Kajian Penelitian, Sistematika Penulis.

BAB II LANDASAN TEORI

Merupakan bagian dari isi skripsi, dimana akan dijelaskan tentang penelitian teori yang berkaitan dengan pembahasan, dalam penelitian ini akan membahas mengenai teori yang relevan yang tersusun melalui sub bab yaitu mengenai Sumber tingkat kebutuhan, pengetahuan, kepercayaan dan pembiayaan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Merupakan bagian bab yang berisikan tentang ruang lingkup penelitian, metode pengumpulan data, metode pengolahan data, dan metode analisis sesuai dengan penelitian yang akan diteliti.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab keempat ini akan membahas mengenai analisis data yang meliputi penjelasan analisis. Kemudian dilanjutkan dengan analisis perhitungan masing- masing metode.

BAB V PENUTUP

Dalam bab terakhir ini berisi kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan merupakan jawaban dari rumusan masalah dan memenuhi harapan tujuan penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu. *Psikologi Umum*. Jakarta: Rineka Cipta. 2009
- Andespa, Roni. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah” *Jurnal Ilmiah: Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang* 2017
- Badan Pusat Statistik. ”Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2018”
<https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/02/06/1619/ekonomi-indonesia-2018-tumbuh-5-17-persen.html> (di akses pada 31 Agustus 2019)
- Budi Seriawan, Mulyo dan Ukudi. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Studi Kasus Pada PD BPR Bank Pasar Kendal” *Jurnal Ilmiah: Universitas Stikubank* 2007
- Bugin, M. Burhan. *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Punlik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana 2005
- Danang, Sunyoto. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi*. Jakarta: PT Buku Seru 2011
- Detik Finance “Pemerintah Targetkan UMKM di 2019 Jadi 5% dari Populasi RI”
<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3985019/pemerintah-targetkan-umkm-di-2019-jadi-5-dari-populasi-ri> (Diakses 31 Agustus 2019)
- Detik Finance “Pertumbuhan Ekonomi 6-7% Bisa Dicapai Asal UKM Dilibatkan”
<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4636253/pertumbuhan-ekonomi-6-7-bisa-dicapai-asal-ukm-dilibatkan> (Diakses 31 Agustus 2019)
- Dwi Saputro, Brian dan Sukirno. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaa, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking” *Jurnal Ilmiah: Universitas Negeri Yogyakarta* 2013
- Dwi Setyawan, Bagus. “Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen dan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PDAM Tirta Moedal Semarang)” *Skripsi S1 Universitas Negeri Semarang* 2013

- Ferry Wibowo, Setyo. Dede Rosmauli dan Usep Suhud. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta)” *Jurnal Ilmiah: Universitas Negeri Jakarta* 2015
- Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara 2008
- Jalaluddin. *Filsafat Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: Rajawali Pers 2013
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kemendikbud
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/minat> (diakses pada 12 Oktober 2019)
- Karim, Adiwarmarman A. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2013
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers 2014
- Kementrian Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah, Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah Tahun 2016-2017
- Kompas.com, “Ekonomi indonesia 2017 tumbuh 5,07 persen, tertinggi sejak tahun 2014” <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/05/113820026/ekonomi-indonesia-2017-tumbuh-507-persen-tertinggi-sejak-tahun-2014> (di akses pada 31 Agustus 2019)
- Kountur, Ronny. *Metode Penelitian: Untuk Penulisan Skripsi Dan Tesis*. Jakarta: Buana Printing 2009
- Kusumaningtyas, Rizky Kusumaningtyas. Atikah dan Endah Mujasih “Hubungan Antara Pengetahuan Produk dengan Intensi Membeli Smartphone Pada Karyawan PT X” *Jurnal Ilmiah: Universitas Diponegoro*
- Luh Gede Wahyuni, Ni dan Gede Suparna. “Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention Produk Tas Tiruan di Kota Denpasar”
Jurnal Ilmiah: Universitas Udayana 2014
- Meidisa, Claudia dan Febsri Susanti. “Pengaruh Preferensi dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Nagari Unit Layanan Syariah Cabang Pasar Raya Padang” *Jurnal Ilmiah: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP*, 2017
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertai Dan Karya Ilmiah*.

Jakarta: Kencana 2011

Otoritas Jasa Keuangan, Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia Revisit 2017,

Jakarta: Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen 2017

Pasar Jaya. "Profil Pasar Jaya" <http://pasarjaya.co.id/about/detail/Profile-Pasar-Jaya>

(di akses pada 31 Agustus 2019)

Putro Widoyoko, Eko. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka

Belajar 2012

Rangkuti, Freddy. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama 2017

Reva Alviska, Amelia. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Pada Konsumen Klinik Erha

Di Malang" *Jurnal Ilmiah: Universitas Muhammadiyah Malang* 2017

Robert dan Budi. *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*. Jakarta: Kencana 2016

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta 2012

Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*.

Bogor: Ghalia Indonesia 2011

Supardi. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Pers 2005

Syafi'I Antonio, Muhammad. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani 2001

Tanjung, M. Azrul. *Koperasi UMKM dan Paradigma Baru Ekonomi Kerakyataan*. Denpasar: JKPB Press 2010

Tri Basuki, Agus dan Tri Basuki dan Nano Prawoto. *Analisis Regresi Dalam Penelitian*

Ekonomi & Bisnis. Jakarta: Rajawali Pers 2017

Umar, Husein. *Desain Penelitian MSDM Dan Perilaku Karyawan: Paradigma Posotivistik Dan Berbasis Pemecahan Masalah*. Jakarta: Rajawali Press 2013

Wardhana, Adhitya dan Zainuddin Iba. “Pengaruh Penjualan Personal Terhadap Pengetahuan Produk dan Implikasinya terhadap Keputusan Pembelian Mobil SUV Premium di Jawa Barat” Jurnal Ilmiah: Pesona Indonesia 2014

Yusnidar, Samir dan Sri Restuti. “Pengaruh Kepercayaan dan Rersepsi Resiko Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara online di Kota Pekanbaru” Jurnal Ilmiah: Universitas Riau 2014

