



**PENGARUH PEMBIAYAAN MIKRO DAN  
STRATEGI PEMASARAN TERHADAP  
PERKEMBANGAN USAHA MIKRO  
KECIL DAN MENENGAH PADA  
NASABAH PT. BANK SYARIAH  
INDONESIA KCP. GUNUNG  
TUA**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

**OLEH:**

**ANRE CA AYU**

**NIM: 18 401 00157**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH  
ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2023**



**PENGARUH PEMBIAYAAN MIKRO DAN  
STRATEGI PEMASARAN TERHADAP  
PERKEMBANGAN USAHA MIKRO  
KECIL DAN MENENGAH PADA  
NASABAH PT. BANK SYARIAH  
INDONESIA KCP. GUNUNG  
TUA**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh**

**ANRE CA AYU  
NIM. 18 401 00157**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASANAHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2022**



**PENGARUH PEMBIAYAAN MIKRO DAN  
STRATEGI PEMASARAN TERHADAP  
PERKEMBANGAN USAHA MIKRO  
KECIL DAN MENENGAH PADA  
NASABAH PT. BANK SYARIAH  
INDONESIA KCP. GUNUNG  
TUA**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh**

**ANRE CA AYU  
NIM. 18 401 00157**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**PEMBIMBING I**

**Dr. Budi Gautama Siregar, S. Pd., M.M  
NIP. 19790720 201101 1 005**

**PEMBIMBING II**

**Alimaq Syahuri Zein, M.E.I  
NIDN. 20280488205**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALIHASANAHMADADDARRY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2023**

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. ANRE CA AYU  
Lampiran : 6 (enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 13 April 2023  
Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad  
Addary Padangsidempuan  
Di-  
Padangsidempuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. ANRE CA AYU yang berjudul "**Pengaruh Pembiayaan Mikro dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**



**Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M**  
NIP. 19790720 201101 1 005

**PEMBIMBING II**



**Aliman Syahuri Zein, M.E.I**  
NIDN. 20280488205

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ANRE CA AYU

NIM : 18 401 00157

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi: Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **Pengaruh Pembiayaan Mikro dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku

Padangsidimpuan, 3 April 2023

Saya yang Menyatakan,



**ANRE CA AYU**

**NIM. 18 401 00157**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

---

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan  
Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : ANRE CA AYU  
NIM : 18 401 00157  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Pembiayaan Mikro dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua”** Dengan hak bebas royalti *Noneksklusif* ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Padangsidempuan, 3 April 2023

Saya yang Menyatakan,



**ANRE CA AYU**  
**NIM. 18 401 00157**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY**  
**PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733  
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI**  
**SIDANG MUNAQOSYAH SKRIPSI**

**NAMA** : ANRE CA AYU  
**NIM** : 18 401 00157  
**FAKULTAS** : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
**PROGRAM STUDI** : PERBANKAN SYARIAH  
**JUDUL SKRIPSI** : PENGARUH PEMBIAYAAN MIKRO DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA KCP. GUNUNG TUA

**Ketua**

**Delima Sari Lubis, M. A.**  
**NIDN. 2012058401**

**Sekretaris**

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd**  
**NIDN. 2017038301**

**Anggota**

**Delima Sari Lubis, M. A.**  
**NIDN. 2012058401**

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd**  
**NIDN. 2017038301**

**Rini Hayati Lubis, M. P.**  
**NIDN. 2013048702**

**Aliman Syahuri Zein, M.E.I.**  
**NIDN. 2028048201**

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidempuan  
**Hari/Tanggal** : Selasa/16 Mei 2023  
**Pukul** : 09.00 WIB s/d 12.00 WIB  
**Hasil/Nilai** : Lulus/75,75 (B)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022

---

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PEMBIAYAAN MIKRO DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH PADA NASABAH PT. BANK SYARIAH INDONESIA KCP. GUNUNG TUA**

**NAMA : ANRE CA AYU**

**NIM : 18 401 00157**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 29 Mei 2023

Dekan,



**Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si**  
NIP. 19780818 200901 1 015

## ABSTRAK

**Nama** :Anre Ca Ayu  
**NIM** :18 401 00157  
**JudulSkripsi** :**Pengaruh Pembiayaan Mikro dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha, Mikro Kecil dan Menengah Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua**

Usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan sebagai juru penyelamat perekonomian nasional, Usaha mikro kecil dan menengah yang belum terpenuhi disebabkan karena adanya ketidaksesuaian harapan seperti tidak terjadinya perkembangan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pembiayaan mikro dan strategi pemasaran berpengaruh secara persial dan simultan terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan dengan ilmu manajemen khususnya manajemen sumber daya manusia/ insani. Sehubungan dengan hal ini, pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan nasabah, pembiayaan mikro dan strategi pemasaran.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer. Instumen pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket dan dokumentasi dengan jumlah 77 orang nasabah pembiayaan mikro PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua. Adapun uji analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji realiabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji t dan uji F dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23.

Berdasarkan Hasil Penelitian dan pengujian yang dilakukan menggunakan program SPSS versi 23 menunjukkan pembiayaan mikro berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua dan strategi pemasaran berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua. Sedangkan uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pembiayaan mikro dan strategi pemsaran terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.

**Kata Kunci: Pembiayaan Mikro, Strategi Pemasaran dan Perkembangan UMKM.**

## KATA PENGANTAR



*As-salāmu ‘alaikumwa-rahmatu -llāhiwa-barakātuh*

Segala puji bagi Allah Ta’ala, tuhan seluruh alam yang tiada sekutu bagi-Nya dan segala kemuliaan, keagungan dan kesempurnaan hanyalah milik-Nya. Berkat kehendak Allah Ta’ala jugalah, peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini yang kemudian disusun dalam bentuk skripsi. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang telah menuntun umatnya dengan penuh kasih sayang dan kesabaran menuju jalan yang diridhoi Allah Ta’ala, yakni menuju Islam kaffahrahmatanlil’alamin.

Skripsi ini berjudul: “Pengaruh Pembiayaan Mikro dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua”, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Bidang Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam di Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kata sempurna, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati

dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terima kasih utamanya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E.,M.Si., selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga Ibu Dra. Rukiah, S.E, M.Si, selaku Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si, selaku Wakil Dekan III bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
3. Ibu Nofinawati, S.E., M.A, selaku Ketua Program Studi perbankan syariah, dan Ibu Hamni Fadhilah, M.Pd., selaku sekretaris prodi perbankan syariah, serta seluruh Civitas Akademika UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses

perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

4. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, S. Pd, M.M selaku Pembimbing I dan Bapak Aliman Syahuri Zein, M.E.I selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum., selaku kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
7. Teristimewa kepada Ayahanda (Surya Darma) dan Ibunda (Yuni Laila Siregar) tercinta yang selama ini telah membimbing, mendukung dan tiada henti-hentinya memberikan semangat kepada peneliti dalam pengerjaan skripsi ini, Yang senantiasa selalu mendoakan agar penulisan skripsi ini berjalan dengan lancar sesuai yang diharapkan.
8. Teruntuk Abangku Roky Darma Yuda serta adik-adikku Dea Inri Ani dan Wulan Ramadhani yang turut menyemangati peneliti dalam

mengerjakan skripsi ini, serta keluarga lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang turut mendoakan selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini.

9. Sahabat-sahabat tercinta Putri Elvina Sari, Anggi Junianda Lubis, Linda Yuni, Sabda Neldahani Hrp, Tri Widya Astuti, Nurul Arfinda Sari Hrp, Jerni Lesa Poso, Riva Sari, Paradhita, Tania, Indah Sianggian dan sahabat yang tidak dapat saya sebutkan semuanya, yang selalu membantu, memberikan dukungan serta semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. .
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karuniannya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang dimiliki peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, April 2023  
Peneliti,

**Anre Ca Ayu**  
**NIM. 18 401 00157**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	Esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 1. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
... .. ا. ي.	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
...ي.	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
...و.	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

### 3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
- Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah di ikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### 4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberitanda syaddah itu.

## 5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

## 6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dandi akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

## 7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata

tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

## **8. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlakudalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila mana diri itu dilalu ioleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

## **9. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian takterpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslit bang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Definisi Operasional Variabel.....	9
E. Rumusan Masalah .....	11
F. Tujuan Penelitian.....	12
G. Manfaat Penelitian.....	12
H. Sistematika Pembahasan .....	13

### BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori.....	16
1. Perkembangan Usaha .....	16
a. Pengertian Perkembangan Usaha.....	16
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Usaha .....	19
c. Indikator Perkembangan Usaha .....	19
d. Strategi Pengembangan Usaha.....	20
e. Usaha Dalam Islam .....	21
f. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) .....	22
2. Pembiayaan Mikro.....	24
a. Pengertian Pembiayaan Mikro.....	24
b. Tujuan dan Fungsi Pembiayaan Mikro .....	26
c. Indikator Pembiayaan Mikro .....	27
d. Penilaian Pemberian Pembiayaan .....	27
3. Strategi Pemasaran .....	29

a. Pengertian Strategi Pemasaran .....	29
b. Tujuan dan fungsi Strategi Pemasaran.....	31
c. Konsep Strategi Pemasaran.....	32
d. Indikator Strategi pemasaran .....	33
e. Strategi Pemasaran Dalam kajian Islam .....	33
4. Hubungan Pembiayaan Terhadap Perkembangan UMKM .....	35
5. Hubungan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM	36
B. Penelitian Terdahulu .....	37
C. Kerangka Pikir .....	42
D. Hipotesis.....	43

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Lokasi dan waktu Penelitian .....	44
B. Jenis Penelitian.....	44
C. Populasi dan Sampel .....	44
1. Populasi .....	44
2. Sampel .....	45
D. Instrumen Pengumpulan data.....	46
1. Koesioner.....	46
2. Wawancara .....	47
3. Observasi .....	48
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	48
1. Uji Validitas.....	48
2. Uji Reliabilitas.....	49
F. Analisis Data .....	49
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	49
2. Uji Normalitas .....	49
3. Uji Asumsi Klasik .....	50
a. Uji Multikolonieritas.....	50
b. Uji Heteroskedastisitas .....	51
4. Analisis Regresi Linear Berganda .....	51
5. Uji Hipotesis .....	52
a. Uji Koefisien Determinan (R).....	52
b. Uji Parsial (Uji t) .....	53
c. Uji Simultan (Uji F).....	53

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua ...	54
1. Sejarah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua .....	54
2. Visi dan Misi .....	59
3. Pembiayaan mikro di Bank Syariah Indonesia.....	60

B.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	63
1.	Hasil Uji Validitas .....	63
2.	Hasil Uji Reliabilitas .....	65
C.	Analisis Data .....	66
1.	Statistik Deskriptif.....	66
2.	Hasil Uji Normalitas.....	67
3.	Uji Asumsi Klasik .....	67
a.	Hasil Uji Multikolinearitas .....	68
b.	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	69
4.	Hasil Uji Hipotesis .....	69
a.	Secara Parsial (Uji t).....	70
b.	Uji Secara Simultan (Uji F).....	71
c.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	72
d.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
D.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	74
E.	Keterbatasan Penelitian .....	79

## **BAB V PENUTUP**

A.	Kesimpulan.....	81
B.	Saran.....	81

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Jumlah Nasabah Pembiayaan Mikro Tahun 2018-2021 .....	2
Tabel I.2 Definisi Operasional Variabel .....	9
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu .....	36
Tabel III.2 Indikator Skor .....	48
Tabel III.3 Indikator Variabel Perkembangan UMKM .....	48
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Variabel Pembiayaan Mikro .....	65
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Pemasaran .....	66
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Variabel Perkembangan UMKM.....	66
Tabel IV.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel IV.5 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif .....	68
Tabel IV.6 Hasil Uji Normalitas .....	69
Tabel IV.7 Hasil Uji Multikolinearitas .....	70
Tabel IV.9 Hasil Uji Secara Parsial (Uji t) .....	72
Tabel IV.10 Hasil Uji Secara Simultan (Uji F) .....	73
Tabel IV. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	74
Tabel IV.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pikir.....	43
Gambar IV.1 Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua .....	64
Gambar IV.8 Hasil Uji Heteroskedasitas.....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2 : Daftar Pernyataan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 3 : Permohonan Surat Pra Riset
- Lampiran 4 : Permohonan Izin Riset
- Lampiran 5 : Balasan Selesai Riset
- Lampiran 6 : Dokumentasi Penyebaran
- Lampiran 7 : Balasan Selesai Riset
- Lampiran 8 : Data Angket
- Lampiran 9 : Hasil Olahan Data Penelitian
- Lampiran 10 : Tabel r, Persentase Distribusi t, Titik Persentase Distribusi F

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan sebagai juru penyelamat perekonomian Nasional. Sejarah mencatat bahwa UMKM memiliki ketangguhan dalam menghadapi krisis ekonomi.<sup>1</sup> UMKM merupakan kelompok usaha yang signifikan dalam perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM itu sendiri merupakan salah satu upaya alternatif untuk menanggulangi kemiskinan. Telah dibuktikan memiliki daya tahan yang relatif kuat dalam menghadapi krisis ekonomi yang pernah dialami oleh bangsa Indonesia.

Salah satu faktor penting dalam perkembangan perekonomian di Indonesia adalah keberadaan UMKM. Oleh karena itu pemerintah sekarang mulai memberikan perhatian yang cukup besar pada perkembangan UMKM. Tidak hanya sebatas jumlah UMKM yang mendominasi, tetapi UMKM dapat lebih bertahan dari terpaan krisis global.<sup>2</sup>

Dalam perkembangannya PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua yang merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki program pembiayaan yang sangat mendukung perkembangan para pengusaha UMKM. Dukungan tersebut direalisasikan dengan

---

<sup>1</sup>Mila Fursiana Salma Musfiroh, *Kontribusi Perbankan Syariah terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Banjarnegara* (Jawa Tengah: Mangku Bumi, 2018), hlm. 1.

<sup>2</sup>Erna Listyaningsih, *Kontribusi UMKM terhadap Kesejahteraan Masyarakat* (Yogyakarta: Anggota IKAPI, 2020), hlm. 6.

mengeluarkan beberapa produk pembiayaan mikro bagi para pengusaha yang diberi nama BSI Usaha Mikro, KUR (kredit uang rakyat) Super Mikro, KUR (kredit uang rakyat) mikro dan KUR (kredit uang rakyat) kecil.

**Tabel I.1**  
**Data Jumlah Nasabah Pembiayaan Mikro Tahun 2018-2021**

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2018	112 Nasabah
2.	2019	139 Nasabah
3.	2020	15 Nasabah
4.	2021	66 Nasabah
	<b>Jumlah</b>	<b>332 Nasabah</b>

*Sumber: Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua*

Berdasarkan tabel I.1 menunjukkan bahwa jumlah nasabah pembiayaan mikro di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua diketahui bahwa pada tahun 2018 jumlah nasabah sebanyak 112 nasabah, pada tahun 2019 jumlah nasabah mengalami peningkatan dengan jumlah 139 nasabah, pada tahun 2020 mengalami penurunan dengan jumlah 15 nasabah yang cukup drastis diakibatkan dampak *covid-19* dan pada tahun 2021 mengalami peningkatan kembali dengan jumlah 66 nasabah.

Begitu besar potensi UMKM, namun peneliti menemukan masih banyak permasalahan yang berhubungan dengan perkembangan UMKM yang dihadapi oleh nasabah pembiayaan mikro PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, adapun masalah yang dihadapi oleh para nasabah tersebut yaitu keterbatasan modal kerja maupun investasi, kesulitan dalam pemasaran ataupun mempromosikan suatu produk maupun usaha yang dimiliki serta pengolahan bahan baku lainnya.

Selain itu juga masih banyak para nasabah pembiayaan mikro PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua yang tidak bisa menggunakan teknologi sehingga terjadinya keterbatasan komunikasi hal tersebut mengakibatkan sulitnya perkembangan suatu UMKM. Perkembangan UMKM menjadi salah satu tujuan penting bagi setiap nasabah terhadap usahanya yang akan menjadi suatu tolak ukur untuk keberhasilan suatu usaha nasabah tersebut.

Perkembangan UMKM suatu nasabah sangat berperan penting untung menjamin keberlangsungan hidup suatu usaha. Terwujudnya suatu perkembangan UMKM sangat memberikan dampak dan manfaat, yaitu terhadap hubungan antara penjual dan pembeli yang akan menjadi harmonis dan tetap berjalan. Serta membentuk suatu rekomendasi dari pihak pembeli satu dengan yang lainnya.

Adapun beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM diantaranya adalah sumber daya manusia, produksi, finansial, pemasaran, kemitraan, infrastruktur dan regulasi. Sama halnya dengan peneliti yang dilakukan oleh peneliti pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, bahwa salah satu faktor yang berpengaruh dalam mencapai tingkat kepuasan pengunjung adalah pembiayaan mikro dan strategi pemasaran.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa nasabah yang menggunakan pembiayaan mikro di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua. Hasil wawancara peneliti dengan Ibu Ermi mengatakan:

Beliau mengatakan bahwa pembiayaan mikro sangat berdampak baik terhadap usahanya, pihak bank juga sangat membantu dan menyarankan kepada rekan ataupun nasabah yang lain yang sedang mencari kuliner contohnya seperti jasa ketring di rumah makan beliau. Akan tetapi beliau kewalahan dengan pemasaran usahanya pada masa *covid-19* yang mengakibatkan ketring dan pelanggannya berkurang dan semakin sepi.<sup>3</sup>

Wawancara dengan Ibu Sari mengatakan bahwa:

Beliau mengatakan bahwa pembiayaan mikro yang diberikan sangat membantu usahanya, karena bisa menambah alat atau bahan yang lain untuk meningkatkan kualitas usahanya, pihak bank juga merekomendasikan kepada nasabah dan rekan yang lain untuk menggunakan jasa beliau, untuk meningkatkan daya tarik beliau selalu mempromosikan hasil pakaian yang dijahitnya ke sosial media. Hanya saja pada masa *covid-19* beliau merasa kecewa karena sepi orderan contohnya dilarang mengadakan acara pernikahan, yang kebanyakan penghasilannya berasal dari baju pengantin dan baju pesta.<sup>4</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas dengan beberapa nasabah pembiayaan mikro terdapat bahwa pembiayaan mikro yang diberikan sangat dapat membantu usaha tersebut. Terlihat bahwa suatu perkembangan pendapatan usaha nasabah ada hubungannya dengan faktor pembiayaan mikro dan strategi pemasaran. Nasabah merasa bahwa pembiayaan mikro ini sangat memberikan bantuan terhadap usahanya dan strategi pemasaran yang di ciptakan oleh nasabah sangat berpengaruh terhadap pembeli. Untuk mencapai perkembangan usaha nasabah perlu harus lebih bekerja keras untuk menciptakan daya tarik kembali kepada pembeli dan berusaha mempertahankan pembeli untuk menjadi pelanggan.

---

<sup>3</sup>Hasil Wawancara dengan Ibu Ermi, Nasabah Pembiayaan Mikro PT. Bank Syariah Indoensia KCP. Gunung Tua, Tanggal 12 September 2022, Pukul 17.28 WIB.

<sup>4</sup>Hasil Wawancara dengan Ibu Sari, Nasabah Pembiayaan Mikro PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua, Tanggal 12 September 2022, Pukul 10.41 WIB.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah Pengertian pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara lembaga keuangan dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan laba tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan tanpa imbalan ataupun bagi hasil.

Pembiayaan mikro yang sesuai dengan keinginan ataupun harapan nasabah merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan suatu usaha nasabah tersebut. Pada dasar dengan adanya pembiayaan mikro tersebut dapat memenuhi suatu kebutuhan yang akan menjadi daya tarik perkembangan UMKM. Untuk mewujudkan perkembangan UMKM harus menciptakan atau memberikan yang terbaik kepada pelanggan. Karena pembiayaan mikro juga merupakan salah satu penunjang usaha. Dimana dengan adanya pembiayaan mikro dapat membantu memenuhi kebutuhan usaha yang akan menciptakan suatu kepuasan pelanggan untuk mencapai perkembangan UMKM.

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi, nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa, faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.

Strategi pemasaran merupakan unsur paling penting dalam suatu

perdagangan. Dimana dengan adanya strategi pemasaran akan mendapatkan manfaat serta kemudahan dalam mengelolah suatu usaha. Karena strategi pemasaran ini bagaimana suatu perusahaan atau pedagang dapat merencanakan atau bisa memperkenalkan barang penjualannya kepada pelanggan untuk mencapai suatu target pelanggan dan penjualan untuk keberhasilan serta perkembangan suatu usaha, dengan adanya strategi pemasaran juga dapat menambah daya tarik pembelian menciptakan komunikasi yang baik pada pelanggan.

Strategi yang dilakukan oleh beberapa nasabah pembiayaan mikro di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung tua yaitu dengan mempromosikan melalui *faceto faced* dan promosi melalui sosial media, yang dimana dengan strategi tersebut merupakan salah satu tujuan keberhasilan dalam meningkatkan pelanggan serta perkembangan usahanya.

Strategi pemasaran tersebut merupakan salah satu tujuan keberhasilan dalam memberikan rasa puas terhadap pembeli dan merupakan salah satu faktor bagi para pembeli untuk datang kembali. Strategi pemasaran juga salah satu bagian yang sangat penting dimana karena adanya strategi pemasaran dapat menyebabkan laku atau tidaknya suatu dagangan.

Dengan semakin majunya pembangunan perekonomian seperti sekarang ini dimana tingkat pesaing yang semakin tajam dituntut untuk menyesuaikan diri. Salah satu faktor yang dapat menunjang suatu usaha dalam mencapai tujuan adanya perlu memiliki suatu sistem dan strategi

pemasaran yang akan menjadi tujuan pelepasan berbagai produk, disamping itu juga banyaknya produk-produk baru yang beredar yang mengakibatkan penguasaan pangsa pasar akan meningkat.

Beberapa bukti empiris terkait perkembangan UMKM menunjukkan hasil penelitian yang berbeda-beda. Menurut Yopi Ofiza dan Siska Yulia Defitri dalam penelitiannya “pembiayaan tidak berpengaruh terhadap pengembangan usaha”.<sup>5</sup> Sedangkan Menurut Muhammad Andi Prayogi dan Lukman Hakim Siregar dalam penelitiannya pembiayaan mikro berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha.<sup>6</sup>

Pada penelitian Linda Novita dalam penelitiannya bahwa” terdapat pengaruh yang signifikan pembiayaan mikro syariah terhadap perkembangan tingkat perkembangan usaha UMKM”.<sup>7</sup> Pada penelitian Rohaelis Nuraisiah, dalam penelitiannya menyatakan bahwa Penerapan strategi pemasaran berpengaruh terhadap perkembangan suatu usaha”.<sup>8</sup>

Pada penelitian Nurul Muti’ah dan Dian Retnaningdiah menyatakan bahwa “Pembiayaan mikro syariah secara persial berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha pelaku UMKM penerima

---

<sup>5</sup>Yopi Ofiza dan Siska Yulia Defitri, “Pengaruh Pinjaman Bergulir dan Pelatihan Terhadap Perkembangan Usaha Anggota Kelompok Swadaya Masyarakat Program Kota Tanpa Kumuh,” *Jurnal of Innovation Research and Knowledge* Vol. 1, No. 6 (2021): hlm. 948.

<sup>6</sup>Muhammad Andi Prayogi dan Lukman Hakim Siregar, “Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah Terhadap Tingkat Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah,” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan* Vol. 17, No. 2 (2017): hlm. 130.

<sup>7</sup>Linda Novita, “Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Leuwiliang,” *Jurnal Ekonomi Islam* Vol . 5, No. 2 (2014): hlm. 121.

<sup>8</sup>Rohaelis Nuraisiah, “Pengaruh Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Home Industri di Kota Cilegon Provinsi Banten,” *Jurnal Jumanis Baja* Vol. 2, No. 2 (2021): hlm. 76.

manfaat BWM Usaha Mandiri Sakinah.<sup>9</sup>Pada Penelitian Darmawati dan Faisal Abdullah menyatakan bahwa Pembiayaan produktif pada PT. Pegadaian Tarakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan usaha nasabah di Kota Tarakan.<sup>10</sup>

Dari beberapa penjelasan di atas, menunjukkan adanya hasil penelitian yang tidak konsisten dan berbeda-beda, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan maksud untuk mengembangkan studi dari peneliti sebelumnya. Adapun judul yang diangkat dalam penelitian ini berjudul **“Pengaruh Pembiayaan Mikro dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang peneliti uraikan diatas, maka peneliti menyimpulkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kurangnya perkembangan usaha mikro kecil dan menengah nasabah diakibatkan sepi nya pelanggan.
2. Kesulitan dalam mencari modal.
3. Kurangnya keahlian dalam teknik mempromosi.
4. Kurangnya dalam melakukan strategi pemasaran.

---

<sup>9</sup>Nurul Muti'ah dan Dian Retnaningdiah, “Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah dan Pengetahuan Penyusunan Laporan Keuangan Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Kasus Anggota BMW Usaha Mandiri Sakinah Yogyakarta),” *Dalam Jurnal Solusi* Vol. 15, No. 2 (2020): hlm. 234.

<sup>10</sup>Darmawai dan Faisal Abdullah, “Pengaruh Pembiayaan Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Nasabah Pada Pegadaian di Kota Tarakan,” *Dalam Jurnal Ilmu Ekonomi* Vol. 3, No. 3 (2019): hlm. 10.

5. Belum terpenuhinya harapan nasabah dalam perkembangan usaha mikro kecil dan menengah.
6. Pembiayaan mikro dan strategi pemasaran sebagai salah satu faktor perkembangan usaha mikro kecil dan menengah.
7. Adanya ketidaksesuaian dengan hasil penelitian-penelitian sebelumnya.

### C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi yang telah diuraikan diatas, peneliti membatasi masalah agar tidak meluas dan lebih terarah kepada masalah yang diteliti. Batasan masalah pada penelitian ini adalah tentang pengaruh pembiayaan mikro dan strategi pemasaran terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada Nasabah PT. Bank syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

### D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah aspek penelitian yang memberikan informasi atau petunjuk kepada kita tentang bagaimana cara mengukur suatu variabel.<sup>11</sup> Adapun definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah.

**Tabel I.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Pembiayaan Mikro (X <sub>1</sub> )	Pembiayaan mikro adalah suatu kegiatan penyediaan jasa keuangan dan pengelolah sejumlah uang	a. Proses pembiayaan b. Jumlah pembiayaan	Ordinal

<sup>11</sup>Vivi Candra, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 90.

	kecil melalui serangkaian produk dan sistem perantara yang di targetkan pada masyarakat berpenghasilan rendah. <sup>12</sup> Adapun pembiayaan mikro yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sarana yang dapat membantu dengan beberapa rangkaian, kemudahan dan sebagai pemenuhan kebutuhan untuk mencapai suatu perkembangan UMKM nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.	c. Kegunaan pembiayaan d. Angsuran sesuai pendapatan. <sup>13</sup>	
Strategi Pemasaran (X <sub>2</sub> )	Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan teknik tertentu sehingga jumlah penjual menjadi semakin tinggi. <sup>14</sup> Adapun strategi pemasaran dalam penelitian ini adalah faktor penentuan permintaan dan ketertarikan pelanggan nasabah pada PT. Bank syariah Indonesia KCP Gunung Tua.	a. Presentase biaya promosi b. Tingkat penjualan persales person. c. Indeks kepuasan konsumen d. Rasio konsumen dan total salesperson e. Rasio produktivitas volume penjualan. <sup>15</sup>	Ordinal
Perkembangan	Perkembangan	a. Pendapatan	Ordinal

<sup>12</sup>Lokot Zein Nasution, "Analisis Efektivitas Pembiayaan Mikro Syariah Bagi Pemberdayaan Masyarakat Miskin Studi Pada Koperasi Manado Mandailing Natal," *Dalam Jurnal Manajemen* Vol. 6, No. 2 (2020).

<sup>13</sup>Indah Martelita, "Pengaruh Pembiayaan Mikro Bri Syariah Terhadap Perkembangan Usaha Mikro di Kota Jambi" (Jambi, Universitas Islam Negeri Sulthan Taha Saifuddin Jambi, 2021), hlm. 29.

<sup>14</sup>Marissa Grace Haque, dkk, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi* (Tangerang Selatan: Paascal Book, 2021), hlm. 9.

<sup>15</sup>Nindi Retno Kumalasari, "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk di Toko Ismart dan Indomaret Ponegoro" (Ponegoro, Institut Islam Negeri Ponegoro, 2020), hlm. 19.

<p>gan Usaha Mikro (Y)</p>	<p>adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai pada satu titik atau puncak menuju kesuksesan.<sup>16</sup> Jadi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah perkembangan UMKM dalam pembiayaan mikro dan strategi pemasaran yang diberikan dan diciptakan nasabah pembiayaan mikro PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.</p>	<p>b. Tenaga kerja. c. Produktifitas. d. Perluasan usaha.<sup>17</sup></p>	
----------------------------	---	--	--

#### E. Rumusan Masalah

Sesuai dengan pemaparan latar belakang diatas, maka penelitian merumuskan masalah peneliti, yaitu:

1. Apakah pembiayaan mikro berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua ?
2. Apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua ?

---

<sup>16</sup>Pantri Heriyati and Taufani C. Kurniatun, *Pemberdayaan Ruang Publik Terpadu Anak Sebagai Pengembangan Potensi Usaha Kecil Warga* (Jawa Timur: Penerbit Qiara Media, 2021), hlm. 84.

<sup>17</sup>Noviyanti Supardi, "Pengaruh Pembiayaan Terhadap Pengembangan Usaha Mikro" (Kediri, Institut Islam Negeri Kediri, 2018), hlm. 14.

3. Apakah pembiayaan mikro dan strategi pemasaran berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua ?

#### **F. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan pemaparan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pembiayaan mikro terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.
2. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.
3. Untuk mengetahui pengaruh pembiayaan mikro dan strategi pemasaran terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

#### **G. Manfaat Penelitian**

##### **1. Bagi Peneliti**

Peneliti ini diharapkan dapat menjadikan bahan referensi untuk penelitian dan menambah wawasan, serta mampu meningkatkan pengetahuan lebih jauh mengenai pembiayaan mikro dan strategi pemasaran serta pengaruhnya terhadap perkembangan UMKM, dan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Addary dalam meraih gelar akademik sarjana ekonomi (ES).

## **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dan diharapkan dapat menambahkan wawasan pengetahuan bagi pembaca, terutama yang terkait dengan penelitian ini.

## **3. Bagi Akademik**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan atau pertimbangan sebagai referensi kepustakaan dalam memberikan kontribusi positif bagi kemajuan dan pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu manajemen.

## **4. Bagi Perusahaan**

Melalui penelitian ini diharapkan memberikan masukan yang bermanfaat bagi perkembangan perusahaan kedepannya.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis dari lima dan masing-masing bab terbagi atas beberapa sub dengan rincian:

**Bab I** membahas tentang latar belakang masalah yang berisikan alasan bagi peneliti untuk mengangkat judul dan identifikasi masalah yang harus dibahas. Penelitian ini dibatasi pada satu dependent variabel (Nasabah) dan 2 Independent variabel (pembiayaan mikro dan strategi pemasaran). Sedangkan untuk rumusan masalah yaitu apakah ada pengaruh

pembiayaan mikro dan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah terhadap nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua. Berdasarkan rumusan masalah maka akan tercapai tujuan penelitian dan kegunaan penelitian.

**Bab II** dalam bab ini akan diuraikan tentang landasan teori menyangkut independent variabel dan dependent variable sebagai dasar pemikiran dalam mencari pembuktian dan solusi yang tepat untuk hipotesis yang akan diajukan. Sebagai acuan akan diuraikan pila penelitian terlebih dahulu yang telah dilakukan oleh penelitian sebelumnya, yang memiliki keterikatan dengan penelitian selain itu bab ini juga berisi tentang hipotesis dan kerangka pikir.

**Bab III** menjelaskan tentang metode penelitian berisi tentang lokasi dan waktu penelitian, dijabarkan pula jenis penelitian, populasi dan sampel, serta instrument pengumpulan data dari respondent. Selanjutnya akan dibahas teknik analisis data yang digunakan untuk mengelolah data yang sudah dikumpulkan dari objek penelitian.

**Bab IV** membahas isi pokok penelitian dari penelitian yang berisi gambaran umum objek penelitian, visi dan misi Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, Struktur organisasi, analisis data, dan pembahasan sehingga dapat diketahui hasil analisis yang diteliti mengenai hasil pengujian hipotesis.

**Bab V** penutupan dari keseluruhan isi skripsi yang membuat kesimpulan dan saran.pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dan

saran. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam penutup adalah membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini setelah menganalisis data dan memperoleh hasil dari penelitian ini. Hal ini merupakan langkah akhir dari penelitian dengan membuat kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Perkembangan Usaha

###### a. Pengertian Perkembangan Usaha

Perkembangan usaha adalah tugas dan proses tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha. Tapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha. Menurut pendapat Mahmud Mach Foedz adalah perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Menurut pendapat Brown dan Petrello dalam buku pengembangan usaha adalah perdagangan yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat maka lembaga bisnis akan meningkat pula.<sup>1</sup> Menurut Hughes dan Kapoor pengembangan usaha adalah aktivitas usaha manusia yang tersusun untuk menciptakan dan menjual barang/jasa untuk memperoleh keuntungan.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Widaningsih, *Aspek Hukum Kewirausahaan* (Malang: Polinema Press, 2018), hlm. 90.

<sup>2</sup>Hieronymus Budi Sanstoso, *Industri Peternakan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2021), hlm.

Dari pendapat para ahli diatas, jadi kesimpulan pengembangan usaha adalah peran atau cara untuk mempersiapkan pertumbuhan dan juga pengawasan terhadap peluang pengembangan usaha .

#### **b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha**

Faktor atau keberhasilan suatu usaha bukan hanya dilihat dari seberapa keras pengusaha tersebut dalam bekerja, tetapi dilihat dari seberapa cerdas pengusaha melakukan dan merencanakan strateginya serta mewujudkannya.<sup>3</sup>

Beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah sebagai berikut:

##### 1) Pemanfaatan sarana teknologi, informasi dan komunikasi.

KemajuanUMKM disejalankan dengan perkembangan teknologi yang semakin kian berkembang.Hasil penelitian menyatakan bahwa salah satu kesuksesan bisnis adalah penunjangan teknologi yang baik dan tepat sasaran.

##### 2) Kemudahan Pinjaman Modal

Perkembangan bisnis usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia tidak lepas dari dukungan perbankan di Indonesia.Untuk mendorong pertumbuhan UMKM artinya diperlakukan keterbatasan akses pembiayaan dari perbankan dan alokasi kredit khusus untuk UMKM.

---

<sup>3</sup>Tommy Sun Siaga, *Manajemen Sumber Daya Manusia dan Usaha Mikro Kecil Menengah* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021), hlm. 41.

### 3) Menurunkan Tarif PPH Final

PPH Final 0,5% merupakan jenis pajak penghasilan bersifat final yang dikenakan pada wajib pajak dengan kriteria tertentu, tarif PPH akan berdampak baik bagi para pemilik bisnis usaha mikro, kecil dan menengah atau UMKM adalah untuk mempermudah pebisnis menjalankan kewajiban perpajakan pada negara, selain itu memberikan kesempatan untuk berkembang.<sup>4</sup>

#### c. Indikator Perkembangan Usaha

- 1) Pendapatan, jumlah masukan yang didapat atas jasa yang diberikan oleh perusahaan yang bisa meliputi penjualan produk dan jasa kepada pelanggan.
- 2) Tenaga kerja, setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau produk serta jasa baik untuk memenuhi kebutuhan diri maupun masyarakat.
- 3) Produktifitas, hubungan antara barang-barang atau jasa dengan masukan tenaga kerja, bahan dan uang.
- 4) Perluasan usaha, penambahan aktifitas tetap kepada yang sudah ada dalam perusahaan misalnya penambahan mesin, ruangan atau peralatan.<sup>5</sup>

#### d. Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan UMKM melalui pengembangan lingkungan usaha dapat diartikan sebagai peningkatan daya saing

---

<sup>4</sup>Ramadhan Fitria, *Panduan Sukses Kurasi Produk UMKM* (Solok: Insan Cendikia Mandiri, 2021), hlm. 8.

<sup>5</sup>Supardi, "Pengaruh Pembiayaan Terhadap Pengembangan Usaha Mikro....," hlm. 14.

dan peluang usaha seluas-luasnya bagi pelaku usaha. Menghindari biaya ekonomi yang tinggi serta menciptakan mekanisme pasar yang kondusif melalui pengembangan strategi. Strategi pengembangan selanjutnya dilakukan dengan peningkatan akses sumber daya produktif. Kita ketahui bahwa rendahnya produktivitas UMKM salah satu yang menyebabkan adalah rendahnya akses sumber daya produktif.<sup>6</sup>

Strategi adalah bakal tindakan yang menuntun kepuasan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak merealisasikannya. Strategi juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, oleh karena itu sifat strategi berorientasi ke masa depan.

Untuk melihat strategi yang tepat dalam menentukan perkembangan usaha maka digunakan analisis SWOT. Analisis ini penting untuk melihat apa yang menjadi kekuatan dari usaha yang dikembangkan. Menutupi kelemahan yang dimiliki dalam berusaha apa yang di hadapi dalam menghadapi risiko usaha.<sup>7</sup>

#### **e. Usaha Dalam Islam**

Usaha dalam Al-Qur'an dijelaskan melalui kata Tijarah, yang mencakup dua makna yaitu, perniagaan secara umum yang mencakup perniagaan antara manusia dengan Allah. Ketika seseorang memiliki petunjuk dari Allah, mencintai Allah dan

---

<sup>6</sup>Anindita Trinura Novitasari, *Strategi UMKM Bertahan di Masa Pandemi* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2022), hlm. 4.

<sup>7</sup>Ahmad, *Manajemen Strategis* (Makassar: CV Nas Media Pustaka, 2020), hlm. 163.

Rasul-Nya, berjuang di jalannya dengan harta dan jiwa, membaca kitab Allah mendirikan sholat, menafkahkan sebagian rezekinya, maka itu adalah sebaik-baik perniagaan antara manusia dengan Allah.

Dalam salah satu ayat Al-Qur'an dikekaskan bahwa ketika seseorang membeli petunjuk Allah dengan kesesatan, maka dia termasuk seseorang yang tidak beruntung. Adapun makna kata Tijarah yang kedua adalah perniagaan secara khusus, yang berarti perdagangan atau jual beli antara manusia. Ayat yang menerangkan tentang bagaimana bertransaksi yang adil diantara manusia yaitu:<sup>8</sup>Surat Al-Baqarah [2]:16

أُولَئِكَ الَّذِينَ اشْتَرُوا الضَّلَالَةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبِحَتْ تِجَارَتُهُمْ  
وَمَا كَانُوا مُهْتَدِينَ (١٦)

Artinya : Mereka Itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, Maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk.<sup>9</sup>

Ayat ini menegaskan ayat-ayat sebelumnya tentang orang munafik dan menerangkan kebodohan mereka dengan mengemukakan keburukan tingkah laku dan perkataan mereka. Orang-orang munafik dengan sifat-sifat yang buruk seperti tersebut pada ayat-ayat di atas merupakan orang-orang yang salah pilih. Mereka menolak petunjuk jalan yang lurus, dan memilih jalan

---

<sup>8</sup>Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2018), hlm. 7.

<sup>9</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2014), hlm. 3.

kesesatan dan hawa nafsu. Akhirnya pilihan itu merugikan mereka sendiri, karena mereka tidak mau menerima kebenaran.

Dalam ayat ini Allah mempergunakan kata "membeli" untuk ganti kata "menukar". Jadi orang munafik itu menukarkan hidayah (petunjuk) dengan dhalalah (kesesatan), hasilnya mereka kehilangan petunjuk dan memperoleh kesesatan. Petunjuk yang semula mereka miliki itu berupa kesediaan manusia untuk menanggapi kebenaran dan mencapai kesempurnaan, kesediaan ini bagaikan modal pokok. Modal inilah yang lenyap dari tangan mereka, oleh karena itu mereka tidak akan mendapat untung dan tidak dapat petunjuk lagi.<sup>10</sup>

**f. UMKM ( Usaha Mikro Kecil Menengah)**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah disebut bahwa adalah usaha produktif milik orang perorangan dan badan usaha perorangan yang memiliki kriteria memiliki aset maksimal sebesar 50 juta dan omzet penjualan sebesar 300 juta.<sup>11</sup> Sementara itu usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan

---

<sup>10</sup>Imam Abu Ja'far al-Thabari, *Dalam Tafsir Jamiul Bayan Fi Wil Qur'an*, Al-Baqorah ayat 16, hlm. 3.

<sup>11</sup>UU. No. 20 Tahun 2003.

merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki.<sup>12</sup>

1) Usaha Mikro

Usaha produktif milik orang perorangan dan badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sesuai yang diatur dalam Undang-Undang. Kriteria usaha mikro adalah aset maksimal sebesar 50 juta dan omzet sebesar 300 juta.

2) Usaha Kecil

Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki. Memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang. Kriteria dari Usaha kecil yaitu aset sebesar 50 juta hingga 500 juta dan omzet dari 300 juta hingga 2,5 milyar.

3) Usaha Menengah

Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki. Menjadi bagian dengan usaha kecil dan usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini. Kriteria dari

---

<sup>12</sup>Delima Sari Lubis, "Pemberdayaan UMKM Melalui Lembaga Keuangan Syariah Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Kota Padangsidempuan," *Journal At-Tijarah* Vol 2, No. 2 (2016): hlm. 277.

usalah menengah adalah asset sebesar 500 juta hingga 10 milyar dan omzet 2,5 miliar hingga 50 miliar.

## **2. Pembiayaan Mikro**

### **a. Pengertian Pembiayaan Mikro**

Pengertian pembiayaan menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan pasal 1 angka 12 bahwa pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang tersebut setelah jangka waktu yang tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.<sup>13</sup>

Menurut pendapat Muhammad Syafi'i Antoni mengemukakan pengertian pembiayaan yaitu salah satu tugas pokok bank syariah pemberi fasilitas penyediaan dana dan memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit, yang dimana pihak-pihak tersebut adalah pihak yang mengalami kekurangan dana dalam menjalankan usahanya sehingga mereka membutuhkan tambahan dana dari pihak lain yaitu lembaga keuangan bank demi kelancaran usahanya.<sup>14</sup>

Menurut pendapat Rivai adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang

---

<sup>13</sup>Zaenal Arifin, *Konstruksi Hukum Jaminan Syariah dalam Akad Pembiayaan Mudharabah di Era Revolusi Industri 4.0* (Jawa Barat: CV Adanu Abimata, 2020), hlm. 54.

<sup>14</sup>Muhammad Wandisyah R Hutagalung, *Analisis Pembiayaan Bank Syariah* (Medan: CV Merdeka Kreasi Grup, 2021), hlm. 22.

telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan kas atau nilai yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan guna memberikan suatu manfaat peningkatan laba di masa mendatang.

Sedangkan pembiayaan mikro adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan untuk kelangsungan dari usaha mikro. Adapun usaha mikro menurut keputusan menteri keuangan Nomor 40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003 yaitu usaha produktif milik keluarga atau perorangan, Penjual maksimal Rp. 100 juta pertahun dan kredit yang diajukan maksimal Rp. 50 juta. Menurut Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah bahwa usaha mikro yaitu, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300 juta.<sup>15</sup>

#### **b. Tujuan dan Fungsi Pembiayaan Mikro**

Perbankan sebagai lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama, yakni menerima simpanan uang, meminjam uang dan memberikan layanan jasa perbankan. Di dalam sejarah perekonomian kaum muslimin fungsi-fungsi bank telah dikenal sejak zaman rasulullah SAW. Fungsi-fungsi tersebut titipan harta,

---

<sup>15</sup>UU. No.20 Tahun 2003.

meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan keperluan bisnis serta melakukan pengiriman uang.

Tujuan utama dari menyebar kesejahteraan ekonomi dengan menerapkan kerangka islam dalam sektor bisnis.<sup>16</sup>

1) Tujuan pembiayaan mikro sebagai berikut:

- a. Meningkatkan ekonomi umat artinya masyarakat yang tidak mendapatkan akses secara ekonomi dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi.
- b. Tersedianya dana bagi peningkatan usahanya artinya untuk membangun usaha membutuhkan dana tambahan.
- c. Meningkatkan produktifitas artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat usaha mampu meningkatkan daya produknya.
- d. Membuka lapangan kerja baru artinya dibukanya sector usaha melalui penambahan dana pembiayaan maka sector usaha akan menyerap tenaga kerja.<sup>17</sup>

2). Sedangkan fungsi berfungsi sebagai berikut:

- a. Meningkatkan daya guna modal dan barang.
- b. Meningkatkan peredaran dan lalu lintas uang.
- c. Menimbulkangairah usaha masyarakat.
- d. Alat stabilitas ekonomi.

---

<sup>16</sup>Rahmat Ilyas, "Analisis Kelayakan Pembiayaan Bank Syariah," *Jurnal Ilmu Syariah dan Perbankan Islam* Vol. 4, No. 2 (2019): hlm. 131.

<sup>17</sup>Muhammad Turmudi, "Pembiayaan Mikro BRI Syariah Upaya Pemberdayaan dan Peningkatan UMKM Oleh BRI Syariah," *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol. 2, No. 2 (2017): hlm. 24.

e. Jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional.<sup>18</sup>

### c. Indikator Pembiayaan Mikro

- 1) Memenuhi kebutuhan, pemenuhan kebutuhan bagi nasabah yang disalurkan oleh bank dalam bentuk modal guna untuk memenuhi kebutuhan dan kelancaran operasional nasabah.
- 2) Peningkatan produksi, merupakan penyaluran modal dalam meningkatkan jumlah produk usaha nasabah.
- 3) Peningkatan kualitas, merupakan pemberian modal usaha untuk meningkatkan mutu dari hasil produksi usaha nasabah.
- 4) Keperluan pedagang, pembiayaan modal usaha yang dipergunakan untuk mengatasi masalah likuiditas seperti, tagihan air, listrik, karyawan dan lain-lain.<sup>19</sup>

### d. Penilaian Pemberian Pembiayaan.

Persetujuan pembiayaan hendaklah didasarkan hanya menyetujui pencairan pembiayaan apabila seluruh syarat yang diterapkan dalam persetujuan telah dipenuhi oleh pemohon pembiayaan dan sebelum pencairan pembiayaan dilakukan harus memastikan bahwa seluruh aspek yuridis berkaitan dengan pembiayaan telah selesai dan telah memberikan perlindungan yang memadai organisasi.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup>Jony, dkk, *Pemasaran Usaha Kecil Menengah* (Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 28.

<sup>19</sup>Dwi Wulan Rachmawati, "Pengaruh Pembiayaan Mikro Terhadap Perkembangan UMKM Nasabah BSI KCP Mojopahit," *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* Vol. 5, No. 2 (2022): hlm. 154.

<sup>20</sup>Sujari Rumanto, *Manajemen Pembiayaan* (CV. Gre Publishing, 2019), hlm. 19.

Sebagaimana dalam Undang-Undang perbankan syariah dalam memberikan pembiayaan bank harus mempunyai keyakinan atas kemauan dan kemampuan calon penerima pembiayaan untuk melunasi seluruh kewajiban pada waktunya.<sup>21</sup> Penilaian Pemberian pembiayaan berdasarkan prinsip 5C yaitu:

1) *Character*

Untuk memberikan keyakinan kepada KSP/KPPS bahwa sifat atau watak dan calon debitur dimaksud dapat di percaya.

2) *Capacity*

Kemampuan calon debitur dalam membayar kreditnya dihubungkan dengan kemampuan mengelola bisnisnya untuk memperoleh laba, sehingga akan terlihat kemampuan debitur dalam mengembalikan kredit.

3) *Capital*

Untuk mengetahui sumber-sumber pembiayaan yang dimiliki calon debitur atas rencana usaha yang akan dibiayai KPS/KPPS bahwa setiap calon debitur yang mengajukan permohonan kredit kepada KPS/KPPS menyiapkan modal dan dana miliknya sendiri yang merupakan kewajiban yang harus dipenuhi.

4) *Collateral*

---

<sup>21</sup>Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah* (Lembaga Serikat Profesi Perbankan, 2018), hlm. 187.

*Collateral* merupakan jaminan yang diberikan calon debitur, baik yang bersifat fisik maupun non fisik. Jaminan hendaknya melebihi jumlah kredit yang akan diberikan.

#### 5) *Condition*

*Condition* merupakan penilaian kondisi ekonomi sekarang dan prediksi masa yang datang sesuai atau sektor usaha masing-masing.<sup>22</sup>

Tindakan yang digunakan dapat diukur dari kemampuan menggunakan sumber daya yang efisien untuk memperoleh hasil yang maksimal. Sedangkan kebijakan yang sah berarti pengelolaan uang yang ditetapkan harus bertolak dari ketentuan perundang-undangan yang berlaku, sehingga dana yang dipergunakan dapat dipertanggung jawabkan.

### **3. Strategi Pemasaran**

#### **a. Pengertian Strategi Pemasaran**

Langkah pertama dalam strategi pemasaran adalah menentukan tujuan *marketing* dan menyusun anggaran untuk mencapai tujuan tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha adalah strategi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan teknik tertentu sesuai sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Pengertian pemasaran juga

---

<sup>22</sup>Ahmad Subagyo, *Pembiayaan Mikro* (CV. Budi Utama, 2021), hlm. 25-26.

bisa diartikan sebagai rangkaian upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu.<sup>23</sup>

Suatu perusahaan besar maupun kecil tentunya memiliki visi atau tujuan yang besar dimasa yang akan datang, dalam mencapai tujuan, tidak sedikit halangan dan rintangan menghadapi yang siap untuk menumbangkan perusahaan yang telah berdiri dan mengejar visi.<sup>24</sup>Strategi pemasaran memiliki peranan penting dalam perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan baik itu harga barang dan jasa.

Menurut pendapat Kotler dan dan Kaller inti dari pemasaran adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.Sasaran dari bisnis adalah mengantarkan nilai pelanggan untuk menghasilkan keuntungan. Sedangkan menurut pendapat Kutz strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan pasar dan memuaskan konsumen.<sup>25</sup>

#### **b. Tujuan dan Fungsi Strategi Pemasaran**

Tujuan pemasaran adalah membuat agar penjual berlebih-lebihan dan mengetahui serta memahami konsekuensi dengan baik sehingga produk cocok dengan konsumen tersebut dan laku dengan sendirinya.Dengan berkembangnya masyarakat maka keinginan

---

<sup>23</sup>Marissa Grace Haque, *Strategi Pemasaran* (Ciputat: Paascal Book, 2021), hlm. 9.

<sup>24</sup>Meyla Surveyandini, *Strategi Pemasaran Ampuh* (Makassar: PT Nas Media Indonesia, 2022), hlm. 6.

<sup>25</sup>Grace Haque, dkk, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi.....*, hlm. 9-10.

masyarakat berkembang pula. Di lain pihak produsen mengambil langkah khusus dan promosi untuk menggerakkan keinginan masyarakat terhadap produk yang dipromosikan sebagai pemuas dari salah satu atau lebih kebutuhan manusia.<sup>26</sup> Fungsi strategi pemasaran adalah:

- 1) Untuk mengatur jalannya bisnis hal ini membantu pelaku usaha bisa mengkoordinasi tim pemasaran dengan lebih efektif.
- 2) Bisa membantu pelaku usaha untuk melihat masa depan bisnis yang sedang dijalankan.
- 3) Sebagai standar penilaian prestasi kerja para karyawan di dalam bisnis.
- 4) Sebagai alat bantu membantu mencapai target atau tujuan yang sudah ditentukan.<sup>27</sup>
- 5) Memberikan motivasi.
- 6) Meningkatkan efektivitas dalam kegiatan pemasaran.
- 7) Menetapkan tujuan pemasaran.
- 8) Mengontrol kegiatan pemasaran.
- 9) pertukaran Pembelian fisik.
- 10) Pembelian jasa.
- 11) Pengambilan resiko.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup>Acai Sudirman, *Studi Kelayakan Bisnis* (Media Sains Indonesia, 2022), hlm. 34.

<sup>27</sup>Haswan Yunaz, *Ekonomi Kreatif* (PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022), hlm. 158.

<sup>28</sup>Mardia, dkk, *Strategi Pemasaran* (Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 5.

### c. Konsep Strategi Pemasaran

Pada dasarnya strategi pemasaran bertujuan untuk mencapai target pemasaran dan kepuasan konsumen atas penggunaan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Namun sebelumnya memilih strategi apa yang cocok untuk diterapkan dalam proses pemasaran suatu barang atau jasa, ada hal yang perlu dan penting untuk kita pahami. Berikut 5 konsep strategi pemasaran yaitu:<sup>29</sup>

- 1) Produk (*product*).
- 2) Harga (*price*).
- 3) Promosi (*promotion*).
- 4) Tempat (*place*).
- 5) Orang (*people*).<sup>30</sup>

Strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi. Setiap organisasi membutuhkan strategi manakala menghadapi situasi berikut:<sup>31</sup>

- 1) Sumber daya manusia yang dimiliki.
- 2) Adanya ketidakpastian mengenai kekuatan bersaing organisasi.
- 3) Komitmen terhadap sumber daya tidak dapat diubah lagi.
- 4) Kepuasan-kepuasan harus dikoordinasikan antar bagian sepanjang waktu.

---

<sup>29</sup>Surveyandini, *Strategi Pemasaran Ampuh....*, hlm. 32.

<sup>30</sup>Abdul Nasser Hasibuan, "Strategi Pemasaran Produk Funding di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Padangsidempuan," *Jurnal Imara* Vol. 2, No. 1 (2018): hlm. 57.

<sup>31</sup>Riri Oktarini, *Strategi Pemasaran* (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2022), hlm. 2.

5) Ada ketidakpastian mengenai pengendalian inisiatif.

#### **d. Indikator Strategi Pemasaran**

- 1) Daur hidup produk, strategi harus disesuaikan dengan tahap-tahap daur hidup, yaitu tahap pengenalan, tahap pertumbuhan, tahap kedewasaan dan tahap kemunduran.
- 2) Posisi persaingan, strategi harus diposisikan terhadap pesaing, apakah memimpin atau mengambil sebagian dari kecil dari pasar.
- 3) Situasi ekonomi, strategi pemasaran harus disesuaikan dengan situasi ekonomi dan pandangan kedepan, apakah ekonomi berada dalam situasi makmur atau inflasi tinggi.
- 4) Promosi adalah kegiatan perusahaan untuk memperkenalkan produk dan bertujuan agar konsumen tertarik untuk membelinya.<sup>32</sup>

#### **e. Strategi Pemasaran dari Kajian Ekonomi Islam**

Menurut ajaran islam, kegiatan pemasaran harus dilandasi dengan nilai-nilai islami yang dijiwai oleh semangat ibadah kepada Allah SWT dan berusaha semaksimal mungkin kesejahteraan bersama. Bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri.

Strategi pemasaran ialah puncak dari marketing itu sendiri, ia bagai pelita yang menerangi lingkungannya, memancarkan cahaya

---

<sup>32</sup>Budieli Hulu, "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Mitra Kecamatan Amandraya," *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* Vol. 6, No. 2 (2021): hlm. 19.

ditengah-tengah kegelapan. Meluruskan praktik-praktik pemasaran yang menyimpang seperti kecurangan, kebohongan, iklan palsu, penipuan dan sebagainya.<sup>33</sup>

Islam telah memberikan arahan yang sangat jelas untuk melaksanakan muamalah yang baik dalam berdagang, Allah SWT telah berfirman dalam Al-Quran tentang berdagang agar tidak hanya mendapatkan untung dan tidak merugikan satu sama lain, Allah SWT berfirman dalam surah Al-Baqarah Ayat 42 yang artinya :

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ (٤٢)

Artinya:Dan janganlah kamu campur adukan yang hak dengan yang bathil dan janganlah kamu sembunyikan yang hak itu sedangkan kamu mengetahuinya”.<sup>34</sup>

Karena dalam pemasaran tentunya akan bertemu dengan orang banyak, semakin banyak relasi yang dikenal akan semakin memperpanjang tali silaturahmi. Dalam ekonomi islami yang disertai keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari ridha Allah SWT. Ada beberapa sifat yang membuat Nabi Muhammad berhasil dalam melakukan bisnis yaitu:

- 1) Shiddiq(jujur atau benar).
- 2) Fathanah (cerdas).

---

<sup>33</sup>Arie Rachmat Sunjoto, “Strategi Pemasaran Swalayan Pamela Dalam Perspektif Islam,” *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* Vol. 1, No. 2 (2011): hlm. 46.

<sup>34</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya...*, hlm. 7.

3) Amanah (jujur).

4) Tabligh (komunikatif).<sup>35</sup>

#### 4. Hubungan Pembiayaan Terhadap Perkembangan UMKM

Pembiayaan merupakan salah satu faktor perkembangan suatu UMKM. Pembiayaan yang sesuai dengan harapan dan keinginan nasabah tentunya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha mikro kecil dan menengah. Pembiayaan merupakan sarana baik berupa penyediaan dana yang di berikan suatu lembaga keuangan kepada nasabah guna mewujudkan perkembangan UMKM. Pelayanan dan strategi yang baik akan akan menimbulkan suatu perkembangan UMKM. Artinya salah satu faktor perkembangan UMKM adalah dengan adanya pembiayaan yang sesuai kebutuhan dan baik.

Dalam penelitian Uus Ahmad Husaeni dalam jurnal tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan antara pembiayaan terhadap perkembangan UMKM pada anggota BMT Amanah Bersama Bandung dan BMT Ibadurrahman Sukabumi.<sup>36</sup>

Dalam penelitian yang diterbitkan oleh Nurul Muti'ah dan Dian Retnaningdiah dalam jurnal tersebut juga memiliki hubungan antara

---

<sup>35</sup>*Tafsir Al-Muyassar, Al-Baqarah Ayat 42.*

<sup>36</sup>Uus Ahmad Husaeni, "Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah Terhadap Tingkat Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Anggota BMT di Jawa Barat," *Jurnal of Reasearch in Managemant* Vol. 2, No. 1 (2019): hlm. 55.

pembiayaan terhadap perkembangan usaha pelaku UMKM penerima manfaat BWM Usaha Mandiri Sakinah.<sup>37</sup>

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pembiayaan memiliki hubungan terhadap perkembangan UMKM, sehingga dapat dikatakan perkembangan UMKM tidak terlepas dari pengaruh pembiayaan yang diberikan.

## 5. Hubungan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM

Strategi pemasaran merupakan pernyataan baik secara *implisit* maupun *eksplisit* mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya.<sup>38</sup> Strategi pemasaran merupakan faktor yang berpengaruh positif terhadap perkembangan UMKM. Karena Strategi pemasaran merupakan peranan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan baik itu harga barang atau jasa.<sup>39</sup>

Dalam penelitian yang diterbitkan oleh Rohaelis Nuraisiah dalam jurnal tersebut terdapat hubungan antara Strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha industri kerajinan bata merah di kecamatan Cirebon kota Cilegon.<sup>40</sup> Dalam penelitian yang diterbitkan oleh Elys Sastika Tambunan dalam jurnal tersebut terdapat pengaruh positif dan

---

<sup>37</sup>Nurul Muti'ah dan Dian Retnaningdiah, "Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah dan Pengetahuan Penyusunan Laporan Keuangan Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Kasus Anggota BMW Usaha Mandiri Sakinah Yogyakarta). . . .," hlm. 233.

<sup>38</sup>Achmad Bukhori, "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Kerja dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Gula Jawa di Desa Jongglosari Kecamatan Leksonoo Kabupaten Wonosobo," *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* Vol. 2, No. 1 (2022): hlm. 39.

<sup>39</sup>Miguna Astuti, *Pengantar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), hlm. 22.

<sup>40</sup>Rohaelis Nuraisiah, "Pengaruh Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Home Industri di Kota Cilegon Provinsi Banten. . . .," hlm. 76.

signifikan strategi pemasaran terhadap keberhasilan UMKM di Pasar Tiban Sunday Morning UGM Yogyakarta.<sup>41</sup> Dalam penjelasan peneliti diatas dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM.

## B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang digunakan dan dianggap saling berhubungan dengan penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel II.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
1.	M.A. Dewanti (Jurnal Manajemen Vol. 8 No. 1, April 2022) <sup>42</sup>	Pengaruh karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Buleleng	Hasil penelitian ini terdapat pengaruh positif yang signifikan antara karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Buleleng.
2.	Dwi Rahayu (Jurnal Pendidikan dan Ekonomi Vol. 9 No 1, Tahun 2020) <sup>43</sup>	Pengaruh modal usaha, strategi pemasaran dan pelayanan prima terhadap perkembangan UMKM	Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara modal usaha, strategi pemasaran

<sup>41</sup>Elys Sastika Tambunan, "Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Wirausaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Tiban Sunday Morning UGM," *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi* Vol. 9, No. 1 (2020): hlm. 234.

<sup>42</sup>M.A Dewanti, "Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Kabupaten Buleleng," *Jurnal Manajemen* Vol. 8, No. 1 (2022): hlm. 241.

<sup>43</sup>Dwi Rahayu, "Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan Pelayanan Prima Terhadap Perkembangan UMKM," *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi* Vol. 9, No. 1 (2020): hlm. 34.

			dan pelayanan prima terhadap perkembangan UMKM
3.	Uus Ahmad Husaeni dan Tini Kusmayati Dewi (Jurnal of Research in Managemant Vol. 2 No. 1 April 2019) <sup>44</sup>	Pengaruh pembiayaan mikro syariah terhadap tingkat perkembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) pada anggota di BMT di Jawa Barat	Hasil pembiayaan ini menunjukkan pembiayaan mikro syariah berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM pada anggota BMT Baytul Ikhtiar Bogor.
4.	Ainun Asipah (Jurnal Ekonomi Islam Vol. 2 No. 3. Tahun 2019) <sup>45</sup>	Pengaruh Pembiayaan Murabahah terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Ngoro	Hasil penelitian ini menunjukkan Pembiayaan murabahah yang telah diberikan oleh PT. BPR Syariah Kota Mojokerto Cabang Ngoro Jombang sangat berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM.
5.	Muhammad Andi Prayogi dan Lukman Hakim Siregar (Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan Vol. 17 No. 2 tahun 2017) <sup>46</sup>	Pengaruh pembiayaan mikro syariah terhadap tingkat perkembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM)	Hasil penelitian ini menunjukkan pembiayaan mikro berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM pada nasabah PT. Syariah Cabang Medan.

<sup>44</sup>Uus Ahmad Husaeni, "Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah Terhadap Tingkat Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Anggota BMT di Jawa Barat....," hlm. 55.

<sup>45</sup>Ainun Asipah, "Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Ngoro," *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 2, No. 3 (2019): hlm. 257.

<sup>46</sup>Muhammad Andi Prayogi dan Lukman Hakim Siregar, "Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah Terhadap Tingkat Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah," hlm. 241.

6.	Rohaelis Nuraisiah (Jurnal Jumanis Bala Vol. 2 No. 2 february 2021). <sup>47</sup>	Pengaruh penerapan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha home industri di kota cilegon provinsi banten	Hasil penelitian ini menunjukkan penerapan strategi pemasaran berpengaruh terhadap perkembangan usaha.
7.	Darmawati, M Faisal Abdullah (Jurnal Ilmu Ekonomi Vol. 3, No. 3, Juli 2019). <sup>48</sup>	Pengaruh pembiayaan usaha terhadap peningkatan pendapatan nasabah pada pegadaian di kota tarakan	Hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa pembiayaan produktif pada PT Pegadaian Tarakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan usaha nasabah di kota karatan.
8.	Novita, Nawawi dan Hakiem (Jurnal Ekonomi Islam Vol. 5 No. 2 september 2014) <sup>49</sup>	Pengaruh pembiayaan murabahah terhadap perkembangan UMKM di kecamatan leuwiliang	Hasil penelitian ini menunjukkan pembiayaan yang diberikan sangat membantu nasabah UMKM untuk mengembangkan usahanya.
9.	Elys Sastika Tambunan (Jurnal Pendidikan dan Ekonomi Vol. 9 No 3, Tahun 2020) <sup>50</sup>	Pengaruh modal usaha, kemampuan wirausaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di pasar tiban <i>Sunday Morning</i>	Hasil penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan antara modal, kemampuan wirausaha dan strategi terhadap keberhasilan usaha

<sup>47</sup>Rohaelis Nuraisiah, "Pengaruh Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Home Industri di Kota Cilegon Provinsi Banten....."

<sup>48</sup>Darmawati and Abdullah, "Pengaruh Pembiayaan Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Nasabah Pada Pegadaian di Kota Tarakan....."

<sup>49</sup>Novita Nawawi dan Hakiem, "Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Leuwiliang," *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 5, No. 2 (2014): hlm. 306.

<sup>50</sup>Sastika Tambunan, "Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Wirausaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Tiban *Sunday Morning* UGM...", hlm. 245.

		UGM	mikro kecil dan menengah di pasar tiban <i>Sunday Morning</i> UGM
10.	Nur Huri Mustofa (Jurnal <i>Sketsa Bisnis</i> Vol. 8 No. 2, Desember 2021) <sup>51</sup>	Pengaruh Karakteristik, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) dengan inovasi sebagai variabel intervening	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik, modal usaha, dan strategi pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan UMKM
11.	Devi Vela Maslikhah (Jurnal <i>of Financial Economics dan Investment</i> Vol. 1 No. 1, Januari 2021) <sup>52</sup>	Pengaruh kredit usaha rakyat (KUR) terhadap perkembangan usaha mikro ( studi pada nasabah bank rakyat Indonesia unit kesamben kabupaten blitar)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kredit usaha rakyat memberikan pengaruh yang signifikan positif terhadap perkembangan usaha mikro
12.	Linda novita (Jurnal <i>Ekonomi Islam</i> Vo. 5 No. 2, September 2014) <sup>53</sup>	Pengaruh pembiayaan murabahah terhadap perkembangan UMKM di kecamatan leuwiliang	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembiayaan murabahah berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM
13.	Diota Prameswari Vjaya dan M. Rudi Irwansyah (Jurnal <i>Pendidikan dan</i>	Pengaruh modal psikologis, karakteristik wirausaha, modal	Hasil penelitian ini menunjukkan strategi pemasaran berpengaruh positif

<sup>51</sup>Nur Huri Mustofa, "Pengaruh Karakteristik, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Sketsa Bisnis* Vol. 8, No. 2 (2021): hlm. 96.

<sup>52</sup>Devi Vela Maslikhah, "Pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR) Terhadap Perkembangan Usaha Mikro (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Kesamben Kabupaten Blitar)," *Jurnal of Financing Economis dan Investant* Vol. 1, No. 1 (2021): hlm. 43.

<sup>53</sup>Novita, "Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Leuwiliang...", hlm. 306.

	Ekonomi Vol. 5 No. 1 Juni 2017) <sup>54</sup>	usaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha UMKM di kecamatan buleleng.	dan signifikan terhadap perkembangan UMKM di kecamatan buleleng.
--	---	--	--

Berdasarkan penelitian tersebut, persamaan dan perbedaan dalam penelitian terdahulu ini adalah sebagai berikut:

1. Persamaan peneliti dengan penelitian M.A. Dewanti adalah sama-sama meneliti tentang variabel Y yaitu perkembangan UMKM dan sama-sama membahas tentang Variabel Strategi pemasaran. Sedangkan perbedaannya terletak pada salah satu variabel X dan objek penelitiannya.
2. Persamaan peneliti dengan penelitian Dwi Rahayu adalah sama sama meneliti tentang variabel Y yaitu perkembangan UMKM dan sama sama membahas variabel strategi pemasaran. Sedangkan perbedaannya terletak pada pada objek penelitiannya.
3. Persamaan peneliti dengan peneliti yang dilakukan Uus Ahmad Husaeni adalah samasama meneliti tentang variabel Y yaitu perkembangan usaha dan sama-sama meneliti tentang variabel pembiayaan, sedangkan perbedaannya pada objek penelitiannya.
4. Persamaan peneliti dengan peneliti Ainun Asipah adalah sama sama meneliti tentang variabel y yaitu perkembangan usaha dan sama-sama

---

<sup>54</sup>Diots Prameswari Vjaya, "Pengaruh Modal Psikologis, Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha UMKM di Kecamatan Buleleng," *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi* Vol. 5, No. 1 (2017): hlm. 56.

meneliti tentang variabel pembiayaan, sedangkan perbedaannya pada objek penelitiannya.

5. Persamaan peneliti dengan peneliti Muhammad Andi Prayogi dan Lukman Hakim Siregar adalah sama-sama meneliti tentang variabel y yaitu perkembangan usaha dan sama-sama meneliti tentang variabel pembiayaan, sedangkan perbedaannya pada objek penelitiannya.
6. Persamaan peneliti dengan peneliti Rohaelis Nuraisiah adalah sama-sama meneliti tentang variabel y yaitu perkembangan usaha dan sama-sama meneliti tentang variabel strategi pemasaran, sedangkan perbedaan pada objek penelitiannya.
7. Persamaan peneliti dengan peneliti yang dilakukan oleh Darmawati,dkk adalah sama-sama meneliti tentang variabel y yaitu perkembangan usaha dan sama-sama meneliti tentang variabel pembiayaan, sedangkan perbedaannya pada objek penelitiannya.
8. Persamaan peneliti dengan peneliti Novita, Nawawi dan Hakiem adalah sama-sama meneliti tentang variabel y yaitu perkembangan usaha dan sama-sama meneliti tentang variabel pembiayaan, sedangkan perbedaannya pada objek penelitiannya.
9. Persamaan peneliti dengan penelitian Elys Sastika Tambunan adalah sama-sama meneliti tentang variabel Y yaitu perkembangan UMKM dan sama-sama membahas tentang Variabel Strategi pemasaran. Sedangkan perbedaannya terletak pada salah satu variabel X dan objek penelitiannya.

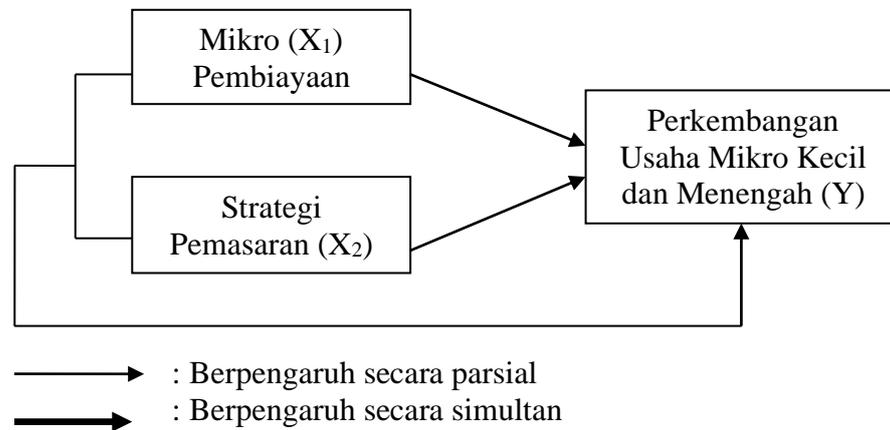
10. Persamaan peneliti dengan penelitian Nur Huri Mustofa adalah sama-sama meneliti tentang variabel Y yaitu perkembangan UMKM dan sama-sama membahas tentang Variabel Strategi pemasaran. Sedangkan perbedaannya terletak pada salah satu variabel X dan objek penelitiannya.
11. Persamaan peneliti dengan penelitian Devi Vela Maslikhah adalah sama-sama membahas tentang variabel Y yaitu perkembangan UMKM. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel X dan objek penelitiannya.
12. Persamaan peneliti dengan penelitian Linda Novita adalah sama-sama membahas tentang variabel Y yaitu perkembangan UMKM, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel X dan objek penelitiannya.

### **C. Kerangka Pikir**

Kerangka pikir merupakan penjelasan sementara terhadap suatu gejala yang menjadi objek permasalahan. Berdasarkan landasan teori yang dipaparkan di atas.

Gambar II.1 di bawah ini merupakan gambar kerangka pemikiran dari penelitian ini. Hubungan variabel dependen dengan variabel independen. Dimana variabel dependen dalam penelitian ini adalah perkembangan usaha mikro kecil dan menengah sedangkan variabel independen adalah pembiayaan mikro dan strategi pemasaran. Maka kerangka pikir penelitian ini dapat digunakan sebagai berikut.

**Gambar II. 1**  
**Kerangka Pikir**



#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dan memberikan arah terhadap permasalahan penelitian yang masih harus diuji secara empiris. Baik untuk menguji kebenaran teori dan memberikan gagasan baru untuk mengembangkan teori.<sup>55</sup> Hipotesis penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub> = Terdapat pengaruh pembiayaan mikro terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.

H<sub>2</sub> = Terdapat pengaruh strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.

H<sub>3</sub> = Terdapat pengaruh pembiayaan mikro dan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.

<sup>55</sup>Eko Sudamanto, dkk, *Desain Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif* (Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 47.

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syariah Indonesia KCP.Gunung Tua, yang beralamat di Jalan SM Raja No. 234. Kelurahan Pasar Baru Gunung Tua, Kec Padang Bolak, Kab. Padang Lawas Utara, Prov. Sumatra Utara, Kodepos:22753. Adapun waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2022 sampai dengan April 2023.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan tersusun dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.<sup>1</sup>

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi merupakan semua individu yang menjadi sumber pengambilan sampel yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu, dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.<sup>2</sup>

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan pembiayaan mikro di Bank Syariah Indonesia KCP

---

<sup>1</sup>Budi Gautama and Ali Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Medan: Merdeka Kreasi, 2021), hlm. 50.

<sup>2</sup>Eddy Roflin, *Populasi Sampel dan Variabel* (Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Managemant, 2021), hlm. 6.

Gunung Tua dalam peneliti ini populasi yang dipilih dari tahun 2018-2021 yang berjumlah 332 nasabah pembiayaan mikro.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampling. Dengan rumus Slovin untuk menghitung jumlah sampel minimal sebagai berikut:<sup>3</sup>

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

Keterangan:

n: ukuran sampel

N: ukuran populasi

e: persen kelonggaran ketidakteelitian karena sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan, misalnya 10%.

Maka jumlah sampelnya adalah:

$$n = \frac{332}{1 + (332 \cdot 0,1^2)}$$

$$n = \frac{332}{1 + (332 \cdot 0,01)}$$

$$n = \frac{332}{1 + 3,32}$$

$$n = \frac{332}{4,32}$$

$$n = 76,85 \text{ dibulatkan menjadi } 77$$

Maka dari hasil perhitungan rumus Slovin diatas dalam menentukan jumlah sampel diperoleh sebanyak 77 sampel atau responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

---

<sup>3</sup>Nizamuddin, *Penelitian Berbasis Tesis dan Skripsi* (Panca Terra Firma, 2020), hlm 20.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dimana semua individu dan populasi, baik secara individu maupun kelompok memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel.<sup>4</sup>

#### D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian karena tujuan utamanya adalah mendapatkan data. Untuk memperkuat data yang diperoleh maka perlu adanya proses pengumpulan data yang meliputi:

##### 1. Kuesioner (Angket)

Angket merupakan sebuah dokumen penelitian yang berisi sejumlah pertanyaan yang terstruktur, yang akan ditanyakan kepada responden untuk memperoleh data dari responden.<sup>5</sup>

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tau dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa di harapkan dari responden. Adapun skala yang di gunakan dalam penelitian ini adalah skala likert yaitu sebagai berikut.

**Tabel III.1**  
**Indikator Skor**

Keterangan Jawaban	Skor Pertanyaan
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2

<sup>4</sup>Tarjo, *Metode Penelitian* (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2021), hlm. 58.

<sup>5</sup>Ujang Sumarwan, *Riset Pemasaran Dan Komunikasi* (IPB Press, 2018), hlm. 59.

Sangat Tidak Setuju (STS)	1
---------------------------	---

**Tabel III.2**  
**Indikator Variabel Perkembangan UMKM**

No	Variabel	Indikator	Nomor Pertanyaan
1.	Perkembangan UMKM (Y)	- Pendapatan - Tenaga Kerja. - Produktifitas. - Perluasan usaha.	1,2 3,4 5,6 7,8
2.	Pembiayaan Mikro (X <sub>1</sub> )	- Proses pembiayaan - Jumlah pembiayaan - Kegunaan pembiayaan - Angsuran sesuai pendapatan	1,2 3,4 5,6 7,8
3.	Strategi Pemasaran (X <sub>2</sub> )	- Produk - Harga - Pengemasan - Promosi	1,2 3,4 5,6 7,8

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik utama yang digunakan untuk mengumpulkan data. Teknik yang paling dasar dan berguna karena hasilnya dapat membantu. Wawancara sebagai informasi dari lawan bicaranya.<sup>6</sup> Adapun wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mewawancarai dua nasabah yang menggunakan pembiayaan mikro.

---

<sup>6</sup>Fadilah, *Wawancara* (Jakarta Timur: UNJ Press, 2020), hlm. 1.

### 3. Observasi

Observasi yang merupakan teknik pengumpulan menghasilkan peneliti turun kelapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan seksama suatu objek.<sup>7</sup> Adapun teknik observasi langsung yang dilakukan dalam penelitian ini adalah mengadakan pengamatan langsung terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah pada nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP GunungMtua

## E. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur sebuah instrumen yang akan dilakukan peneliti untuk menjadi alat ukur yang bisa diterima atau alat ukur tersebut harus melalui uji validitas. Sebuah instrumen dikatakan valid jika instrumen dapat mengukur sesuatu yang dengan tepat apa yang hendak diukur dengan kriteria jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut dinyatakan valid dan Jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.<sup>8</sup>

### 2. Uji Realiabilitas

Uji reliabilitas merupakan instrumen pengukuran dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut dipergunakan secara berulang akan menunjukkan hasil pengukuran yang sama..reliabilitas menunjukkan konsisten kuesioner terhadap jawaban responden dalam beberapa kali

---

<sup>7</sup>NI' Matuzahroh, *Observasi Teori dan Aplikasi Dalam Psikologi* (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2018), hlm. 1.

<sup>8</sup>Azis Akimul Hidayat, *Menyusun Instrumen Penelitian dan Uji Realibitas* (Surabaya: Health Books Publishing, 2021), hlm. 12.

pengujian pada kondisi yang berbeda dengan menggunakan kuesioner yang sama. Uji reliabilitas dilakukan dengan SPSS suatu konsep variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.<sup>9</sup>

## **F. Analisis Data**

Analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan pengelompokan, sistematisasi, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis dan ilmiah.

### **1. Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.<sup>10</sup>

### **2. Uji Normalitas**

Uji Normalitas data adalah uji mengukur apakah data yang ditetapkan memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik. Dengan kata lain uji normalitas adalah uji untuk mengetahui apakah data *empiric* yang didapatkan dari lapangan itu sesuai dengan distribusi teori tertentu, dalam kasus ini distribusi normal.<sup>11</sup> Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji kolmogrof smirnov, untuk dapat menentukan suatu data berdistribusi normal atau

---

<sup>9</sup>Ovan, *Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*, (Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020), hlm. 4.

<sup>10</sup>Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 111.

<sup>11</sup>Diah Wijayanti Susha, *Statistika* (Malang: MNC Publishing, 2019), hlm. 75.

tidak dilihat dari nilai suatu data signifikannya. Apabila nilai signifikan  $>0,1$  maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai  $< 0,1$  maka berdistribusi tidak normal.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Multikoleniaritas

Uji multikoleniaritas merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam analisis regresi. Tujuan digunakannya untuk menguji apakah model regresi ditentukan adanya kolerasi antara variabel bebas dan variabel independent. Dasar pengambilan keputusan dalam ujimultikoleniaritas (Tolerance dan VIF) jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikoleniaritas dalam model regresi dan jika nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikoleniaritas dalam model regresi. Sedangkan melihat nilai VIF, jika  $VIF < 0,1$  maka tidak terjadi multikoleniaritas dalam model regresi, namun jika  $VIF > 0,1$  maka terjadi multikoleniaritas dalam model regresi.<sup>12</sup>

#### 2) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan model regresi yang baik, karena dapat digunakan untuk menguji terjadinya ketidaksamaan variasi dari residul suatu pengkaji ke pengkajian lainnya. Adanya heteroskedastisitas dapat menggunakan uji gltser, dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu:

---

<sup>12</sup>Timotous dan Teofilus, *SPSS Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), hlm. 55.

Sig >0,1 artinya data tidak terkena heteroskedastisitas

Sig <0,1 artinya data terkena heteroskedastisitas.<sup>13</sup>

#### 4. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan variabel terikat. (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas, tujuan regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel terikatresponse (Y) apabila nilai-nilai variabel bebasnya bebasnya predictor diketahui.<sup>14</sup>

Adapun regresi linear berganda yang dilakukan dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh Pembiayaan Mikro( $X_1$ ), strategi emasaran ( $X_2$ ), terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (Y), bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y : Variabel dependen

X : Variabel independen

A : Konstanta

b: Koefisien regresi independen

e : *Error*

Sehingga rumus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>13</sup>Ajat Rujakat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 16.

<sup>14</sup>Romasyah Suhaddin, ddk, *Pengantar Statistik* (Makassar: Liyan Putaka Ide, 2021), hlm. 188.

$$\text{PUMKM} = a + b_1\text{PM} + b_2\text{SP} + e$$

Keterangan:

PUMKM :Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

a : Konstanta

$b_1b_2$  : Koefisien Regresi Berganda

PM : Pembiayaan Mikro

SP : Strategi Pemasaran

E : *Error*

## 5. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah atau sub masalah yang diajukan oleh peneliti, yang dijabarkan dari landasan teori atau kajian teori dan masih harus diuji kebenarannya.<sup>15</sup>

### 1) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinan merupakan suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijekaskan oleh perubahan atau variabel dari variabel independen.<sup>16</sup>

### 2) Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial merupakan pengujian yang dilakukan untuk melihat apakah suatu variabel independent berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  untuk

---

<sup>15</sup>Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 203.

<sup>16</sup>Albert Kurnia Promo, *Pengelola Riset Ekonomi Jadi Mudah dengan IBM SPSS* (Surabaya: CV Jakad Publishing, 2019), hlm. 31.

mengetahui signifikan antara variabel bebas dan terikat maka dapat membandingkan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  sebagai berikut.<sup>17</sup>

- a) Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak ( $H_0$  diterima) sehingga memilikimakna bahwa variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent.
- b) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  tidak ditolak ( $H_0$  tidak diterima) sehingga memiliki makna bahwa variabel dependent tidak berpengaruh terhadap variabel dependent.

### 3) Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama. Berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen. Adapun kriteria pengujian uji simultan adalah sebagai berikut:

- a) jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak ( $H_0$  diterima) sehingga memilikimakna bahwa secara bersama-sama variabel independent berpengaruh terhadap variabel tersebut.
- b) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  tidak ditolak ( $H_0$  tidak diterima) sehingga memiliki makna bahwa secara bersama-sama variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel tersebut.

---

<sup>17</sup>Mochammad Ilyas Junjuran, *Pengelola Data Statistik dengan Menggunakan Exiews Dalam Penelitian Bisnis* (Solok: Insan Cendikia Mandiri, 2021), hlm. 5.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua

##### 1. Sejarah PT. Bank Syariah Indonesia (KCP) Gunung Tua

Situasi kehadiran Bank Syariah Mandiri sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menemukan beragam dampak negatif yang sangat hebat di seluruh kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi ekonomi yang krisis, industri perbankan nasional yang didominasi oleh Bank-Bank Konvensional mengalami krisis moneter yang luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian Bank-Bank di Indonesia.<sup>1</sup>

PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh yayasan kesejahteraan pegawai (YKP) PT. Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari tersebut dengan *merger* beberapa Bank lain serta mengundang investor asing. Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (*merger*) empat Bank (Bank Dagang Negara,

---

<sup>1</sup><https://www.mandirisyahiah.co.id/tentang-kami/sejarah>, Diakses pada Rabu Tanggal 1 Februari 2023, Pukul 23:34 WIB.

Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu Bank baru bernama PT. Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan *merger*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk tim Pengembangan perbankan syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 109 tahun 1998, yang memberi peluang Bank Umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim pengembangan perbankan syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT. Bank Susila Bakti dari Bank Konvensional menjadi Bank Syariah. Oleh karenanya, tim pengembangan perbankan syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari Bank Konvensional menjadi Bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT. Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi Bank Umum Syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI/No.1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya,

melalui surat keputusan Deputy Gubernur senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT. Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999. PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Gunung Tua pertama kali berdiri pada tahun 2010.

Proses bergantinya Bank Syariah Mandiri menjadi Bank Syariah Indonesia pada tahun 2016, Otoritas Jasa Keuangan menyiapkan peta jalan atau roadmap pengembangan keuangan syariah. Pada tahun 2019, Otoritas Jasa Keuangan atau OJK mendorong Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah milik pemerintah berkonsolidasi atau merger perbankan. di antaranya PT. Bank Syariah Mandiri, PT. Bank BNI Syariah, PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Pada tanggal 92 Juli 2020, Menteri Badan Usaha Milik Negara Erick Thohir berencana menggabungkan bank syariah BUMN yaitu BRI Syariah, BNI Syariah, BTN Syariah, dan Mandiri Syariah.

Pada bulan Oktober 2020, Pemerintah secara resmi mengumumkan rencana merger Bank Syariah dari tiga Bank Himbara yaitu Mandiri Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah. Pada tanggal 11 Desember 2020, Konsolidasi Bank Syariah Himbara menetapkan nama perusahaan hasil merger menjadi PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Pada tanggal 27 Januari 2021, OJK secara resmi mengeluarkan izin merger usaha tiga Bank Syariah. Surat itu terbit dengan Nomor

SR03/PB.1/2021. Pada tanggal 1 Februari 2021, Presiden Jokowi meresmikan PT. Bank Syariah Indonesia Tbk atau Bank Syariah Indonesia (BSI).<sup>2</sup>

Nilai-nilai perusahaan yang menunjung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan Bank Syariah Indonesia sejak awal pendiriannya. Bank Syariah Indonesia berdiri pada tanggal 1 Januari tahun 2021. Sebelum kehadiran Bank ini, Indonesia mengalami krisis ekonomi dan moneter yang begitu hebat serta multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional yang sejak bulan Juli 1997 yang berlanjut dengan dampak krisis di seluruh sendi kehidupan bangsa terutama yang terjadi di dunia usaha. Dampak yang ditimbulkan bagi Bank Konvensional di masa itu mengharuskan pemerintah mengambil kebijakan dengan melakukan restrukturisasi dan mereka pitalisasi sebagai Bank di Indonesia.

Dominasi industri perbankan nasional oleh Bank Konvesiaonal di tanah air saat ini mengakibatkan begitu meluasnya dampak krisis ekonomi dan moneter yang terjadi. Perubahan kegiatan usaha PT. Bank Sulila Bakti yang menjadi Bank Umum Syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/KEP .BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui surat keputusan dari gubernur senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP .DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama Bank Syariah Indonesia.

---

<sup>2</sup><https://indonesia.id/infografis/berdirinya-bank-syariah>, Diakses pada Tanggal Rabu 1 Februari 2023, Pukul 12:00 WIB.

Dengan ini, Bank Syariah Indonesia secara resmi melalui korporasi sejak hari Senin tanggal 1 Jumadil Akhir 1442 H menjadi pendana sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Gunung Tua. Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari tiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik, didukung dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah Perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil'Aalamiin).Harmoni inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Indonesia dalam kiprahnya di perbankan Syariah Indonesia.<sup>3</sup> BankSyariah Indonesia telah hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

---

<sup>3</sup>Wahyu Triana Sari, "Laporan Produk Penghimpunan dan Penyaluran Dana Bank Syariah Mandiri," *latiefhermansyah.blogspot.com*, 8 Januari 2015, diakses 1 Februari 2023 pukul 09.28 WIB.

## **2. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua**

- a. Visi PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua adalah “Bank Syariah terdepan dan Modern”
- b. Misi PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua
  - 1) Meningkatkan layanan berbasis teknologi dan kualitas produk yang melampaui harapan nasabah.
  - 2) Mewujudkan keuntungan dan pertumbuhan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
  - 3) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai islam.
  - 4) Mengutamakan penyaluran pembiayaan dan penghimpun dana murah.
  - 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
  - 6) Meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat.

Secara konsep PT. Bank Syariah Indonesia KCP.Gunung Tua memiliki cara pandang yang jauh kedepan, harus dapat eksis, dan inovatif. Visi merupakan suatu gambaran yang menentang tentang keadaan di masa depan yang di inginkan oleh manajemen dan stakeholder. Adapun visi yang ditetapkan Bank Syariah Indonesia adalah Bank pilihan yang memberikan manfaat, mententramkan dan memakmurkan.

Perusahaan untuk mewujudkan visi yang telah ditetapkan, maka setiap proses harus mempunyai misi yang jelas, karena misi

merupakan pernyataan yang menetapkan tujuan perusahaan dan sarana yang ingin dicapai, juga merupakan pernyataan yang harus dilaksanakan oleh manajemen yang memperlihatkan secara jelas apa saja yang penting bagi perusahaan.<sup>4</sup>

Kemudian misi dari Bank Syariah Indonesia KCP.Gunung Tua adalah mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan-keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesimbangan, meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah, mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel, mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal, kemudian meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

### **3. Pembiayaan Mikro di Bank Syariah Indonesia**

Ada 2 produk pembiayaan mikro di Bank Syariah Indonesia :

#### **a. Program KUR**

Produk program KUR pemerintah yang diperuntukan bagi usaha mikro, kecil dan menengah yang mempunyai usaha layak dan produktif sesuai prinsip syariah dengan skema murabahah, ijarah dan MMQ. Ada 3 produk untuk program KUR:

- 1) BSI KUR Super Mikro.
- 2) BSI KUR Mikro.
- 3) BSI KUR Kecil.

---

<sup>4</sup>Bapak Husni Ardiansyah Tanjung, Wawancara tentang Pedoman Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, *Branch Operation & Service Manager* PT.Bank Syariah KCP Gunung Tua, Pada Tanggal 7 Januari 2023 Pukul 10.30 WIB.

b. BSI Usaha Mikro

Produk yang diperuntukan bagi usaha mikro, kecil dan menengah yang mempunyai usaha layak dan produktif dengan skema murabahah, IMBT dan MMQ. Ada 2 produk untuk BSI Usaha Mikro:

- 1) Usaha Mikro Tanpa Agunan.
- 2) Usaha Mikro Beragunan.

c. Keunggulan

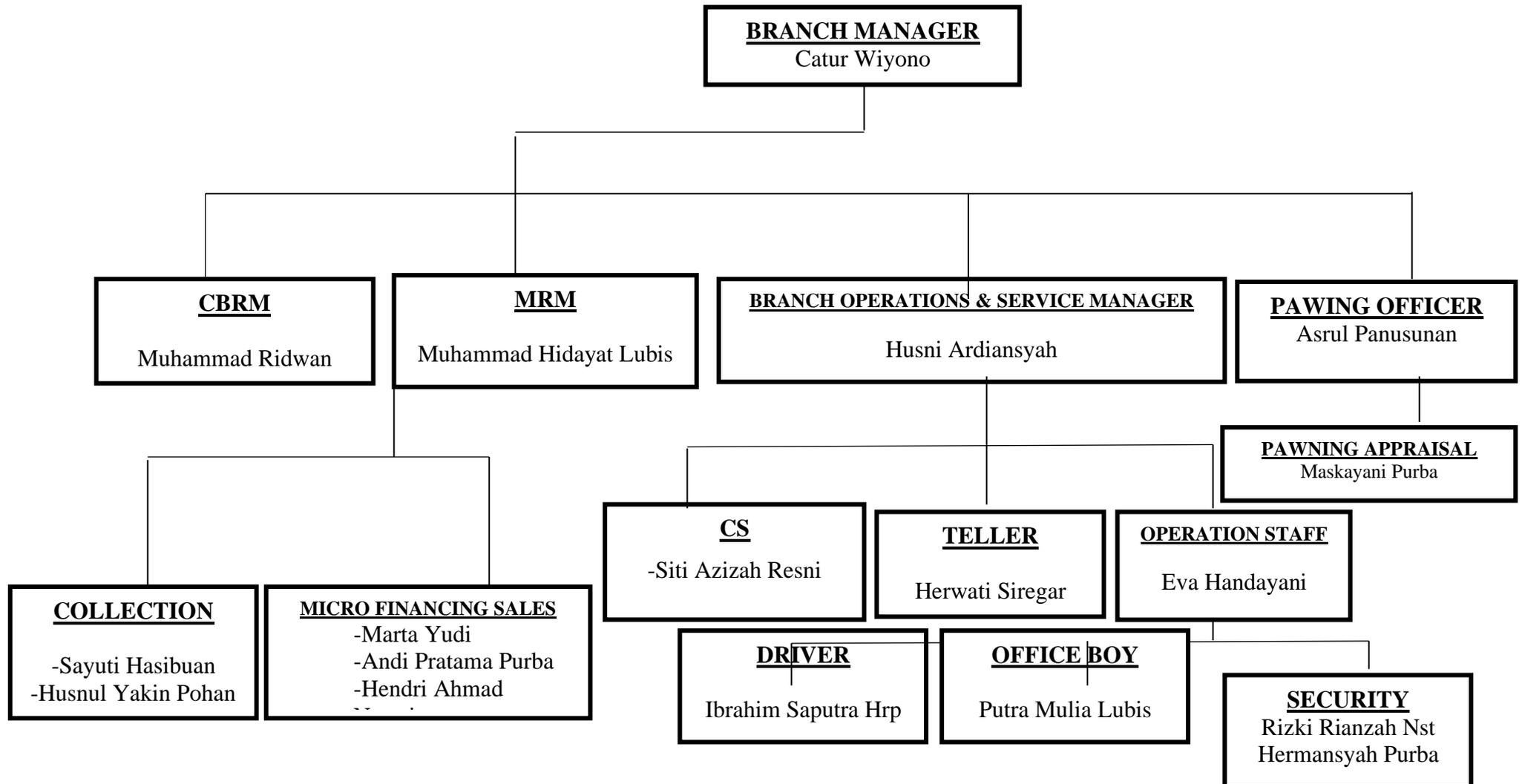
- 1) Menggunakan akad sesuai prinsip syariah (Murabahah, Ijarah, IMBT, MMQ).
- 2) Margin Kompetitif.
- 3) Syarat Mudah.
- 4) Proses cepat.
- 5) Tidak ada Biaya Provisi.
- 6) Pola angsuran untuk sektor pertanian, peternakan dan perikanan (perperiode, yamen)

#### **4. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi adalah sebuah pertingkatan yang mendeskripsikan komponen-komponen yang menyusun jabatan di PT. Bank Syariah KCP. Gunung Tua. Dimana dari tingkatan ini kita bisa melihat posisi yang diduduki oleh setiap para karyawan.

Gambar IV. 1

**STUKTUR ORGANISASI BANK SYARIAH INDONESIA  
CABANG GUNUNG TUA**



## B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Hasil Uji Validitas

Setelah angket disebarakan maka akan diperoleh hasil dari jawaban responden dari setiap pernyataan yang menyangkut tentang variabel yang akan diteliti. Sebelum angket di analisis terlebih dahulu di ujivaliditas. Berikut ini hasil uji validitas variabel pembiayaan mikro:

**Tabel IV.1**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Pembiayaan Mikro (X<sub>1</sub>)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0.618	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2$ ( $77 - 2$ ) = 75 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0.1888$	Valid
2	0.687		Valid
3	0.693		Valid
4	0.689		Valid
5	0.723		Valid
6	0.579		Valid
7	0.797		Valid
8	0.735		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 23, 2023.

Hasil uji validitas variabel pembiayaan mikro pada tabel IV.1 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel pembiayaan mikro memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel pembiayaan mikro dinyatakan valid. Sedangkan uji validitas untuk variabel strategi pemasaran berikut

**Tabel IV.2**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Pemasaran (X<sub>2</sub>)**

Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	0.307	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan df = n-2 (77-2) =75 pada tarafsignifikan 10% sehinggadiperolehr <sub>tabel</sub> = 0.1888	Valid
2	0.325		Valid
3	0.642		Valid
4	0.644		Valid
5	0.684		Valid
6	0.256		Valid
7	0.672		Valid
8	0.727		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 23, 2023.

Hasil uji validitas variabel strategi pemasaran pada tabel IV.2 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel strategi pemasaran memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel strategi pemasaran dinyatakan valid. sedangkan uji validitas untuk variabel perkembangan UMKM sebagai berikut.

**Tabel IV.3**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Perkembangan UMKM (Y)**

Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	0.317	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan df = n-2 (77-2) =75 pada tarafsignifikan 10% sehinggadiperolehr <sub>tabel</sub> = 0.1888	Valid
2	0.361		Valid
3	0.438		Valid
4	0.447		Valid
5	0.556		Valid
6	0.377		Valid
7	0.662		Valid
8	0.684		Valid
9	0.572		Valid
10	0.482		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 23, 2023

Hasil uji validitas variabel perkembangan usaha mikro kecil dan menengah pada tabel IV.3 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel Perkembangan UMKM memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel perkembangan UMKM dinyatakan valid.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik adalah *cronbach alpha*. Instrument reliabel jika *cronbach alpha*  $> 0,6$ . Berikut hasil uji reliabilitas variabel Pembiayaan mikro, strategi pemasaran dan perkembangan UMKM.

**Tabel IV.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Item</i>
Pembiayaan Mikro	0.840	8
Strategi Pemasaran	0.684	8
Perkembangan UMKM	0.664	10

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 23, 2023

Hasil uji reliabilitas pada tabel IV.4 diperoleh kesimpulan bahwa hasil uji reliabilitas variabel Pembiayaan Mikro ( $X_1$ ) diperoleh nilai *cronbach alpha*  $0,840 > 0,6$  sehingga variabel motivasi dinyatakan reliabel dan dapat diterima. Selanjutnya, untuk variabel Strategi Pemasaran ( $X_2$ ) *cronbach alpha*  $0,684 > 0,6$  sehingga variabel strategi pemasaran dinyatakan reliabel dan dapat diterima. Selanjutnya, *cronbach alpha* untuk variabel Perkembangan UMKM (Y)  $0,664 > 0,6$

sehingga variabel perkembangan UMKM dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

### C. Analisis Data

#### 1. Statistik Deskriptif

Hasil uji analisis statistik deskriptif ini dapat dilakukan dengan mencari *minimum*, *maksimum*, *mean* dan *standard deviation* yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV.5**  
**Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif**

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pembiayaan mikro	77	22	42	34.92	3.705
Strategi pemasaran	77	21	39	31.66	4.093
Perkembangan UMKM	77	32	50	44.25	3.639
Valid N (listwise)	77				

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 23, 2023

Hasil uji analisis statistik deskriptif pada tabel IV.5 menjelaskan bahwa variabel Pembiayaan mikro dengan jumlah data (N) sebanyak 77 mempunyai nilai terendah 22, nilai tertinggi 42 dan nilai rata-rata 34.92 serta nilai simpangan baku 3,705

Variabel strategi pemasaran dengan jumlah data (N) sebanyak 77 mempunyai nilai terendah 21, nilai tertinggi 39 dan nilai rata-rata 31,66 serta nilai simpangan baku 4,093

Variabel Perkembangan usaha mikro kecil dan menengah dengan jumlah data (N) sebanyak 77 mempunyai nilai terendah

32, nilai tertinggi 50 dan nilai rata-rata 44,25 serta nilai simpangan baku 3,639

## 2. Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel IV.6**  
**Hasil uji Normalitas**

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		77
Normal	Mean	.0000000
Parameters <sup>a</sup>	Std.	3,50954866
<sup>b</sup>	Deviation	
Most	Absolute	.092
Extreme	Positive	.050
Differences	Negative	-.092
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.165 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 23, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel IV.6 di atas dapat dinyatakan bahwa nilai signifikansi 0,165. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,1 ( $0,165 > 0,1$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut berdistribusi normal.

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas untuk variabel pembiayaan mikro, strategi pemasaran dan perkembangan usaha mikro kecil dan

menengah pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP.Gunung

Tua adalah sebagaiberikut:

**Tabel IV.7**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
(Constant)		35.781	4.294		8,332	.000	
X1		.051	.113	.053	.045	.654	.911
X2		.198	.102	.229	1.939	.056	.911

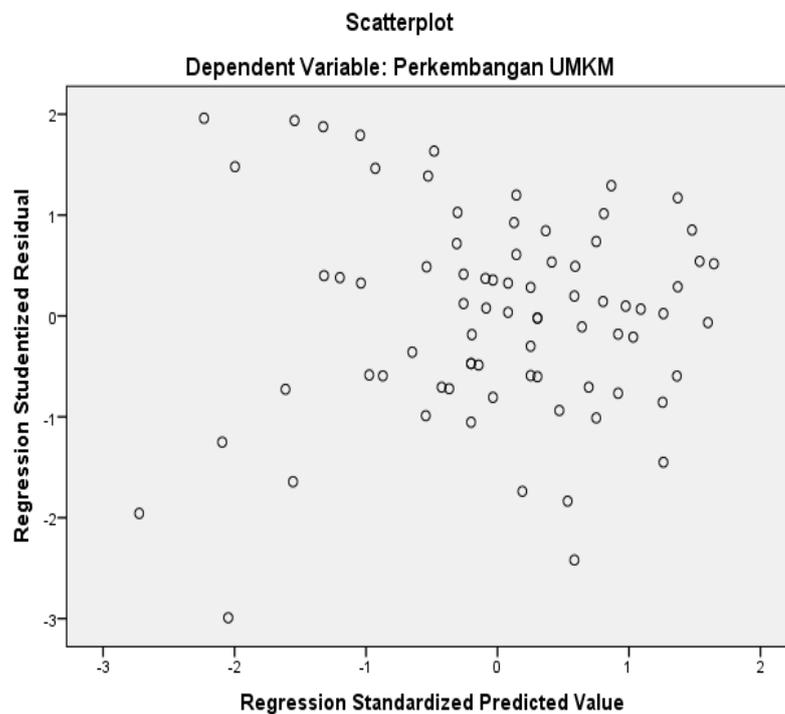
a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 23, 2023

Hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.7 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk variabel pembiayaan mikro ( $X_1$ ) 0,991 dan nilai *tolerance* untuk variabel strategi pemasaran ( $X_2$ ) adalah 0,991 dan sehingga dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari kedua variabel tersebut adalah lebih > 0,1. Nilai VIF dari variabel pembiayaan mikro ( $X_1$ ) adalah  $1,098 < 0,1$  nilai VIF dari variabel strategi pemasaran adalah  $1,098 < 0,1$  Maka dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari kedua variabel diatas adalah lebih < 0,1. Berdasarkan penilaian tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara Pembiayaan mikro dan Strategi pemasaran.

## b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Gambar IV.8**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



*Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 23, 2023*

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa titik-titik data menyebar diatas dan dibawah dan di sekitaran angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja maka data tersebut dikatakan distribusi normal.

## 4. Hasil Uji Hipotesis

### a. Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji persial ini digunakan untuk membuktikan signifikansi atau tidaknya variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu (parsial). Adapun kriteria pengujian dari uji t dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

## 1. Nilai signifikansi

- a) Jika nilai sig > 0,1 maka kesimpulannya tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara parsial.
- b) Jika nilai sig < 0,1 maka kesimpulannya terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara parsial.

**Tabel IV.9**  
**Hasil Uji Secara Parsial (Uji t)**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.230	5.808		2.278	.026
Pembiayaan mikro	.215	.118	.202	1.828	.000
Strategi pemasaran	.260	.108	.267	2.416	.000

a. Dependent Variable: Perkembangan UMKM

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 23, 2023

Berdasarkan hasil tabel IV.9 dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Pengaruh pembiayaan mikro terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah.

Berdasarkan hasil uji di atas dapat dilihat bahwa pada variabel pembiayaan mikro memiliki nilai signifikan 0,000 > 0,01 maka  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pembiayaan mikro terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.

2) Pengaruh strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah.

Berdasarkan hasil uji diatas variabel strategi pemasaran memiliki nilai signifikan  $0.000 < 0.1$  jadi  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.

#### b. Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam model ini mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat (dependen). Hasil ini simultan sebagai berikut.

**Tabel IV.10**  
**Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)**

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	180.048	2	90.024	5.702	.000 <sup>b</sup>
Residual	890,831	74	15.788		
Total	950,078	76			

a. Dependent Variable: Perkembangan UMKM

b. Predictors: (Constant), Strategi pemasaran, pembiayaan mikro

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 23, 2023

Berdasarkan tabel uji simultan (uji F) di atas dapat dijelaskan bahwa hasil yang diperoleh untuk signifikan sebesar 0,01. Hasil signifikan yang diperoleh sebesar 0,000 sehingga ( $0,000 > 0,01$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pembiayaan

mikro dan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.

### c. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen secara simultan mampu menjelaskan pengaruh terhadap variabel dependen, hasil uji koefisien determinan adalah sebagai berikut:

**Tabel IV. 11**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,665 <sup>a</sup>	,434	,410	2,973

a. Predictors: (Constant), strategi pemasaran, pembiayaan mikro

Nilai *Adjusted R Square* digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel independen menjelaskan variabel dependen, jika peneliti menggunakan lebih dari 2 variabel independen. Berdasarkan analisis koefisien determinasi pada tabel diatas diperoleh (*Adjusted R Square*) sebesar 0,410 hal ini berarti bahwa variabel pembiayaan mikro ( $X_1$ ) dan strategi pemasaran ( $X_2$ ) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (Y) sebesar 41% dengan sisanya sebesar 59% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

## 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda dilakukan apabila jumlah variabel independen dua atau lebih. Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen pembiayaan mikro ( $X_1$ ) dan strategi pemasaran ( $X_2$ ) terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (Y).

**Tabel IV.12**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.230	5.808		2.278	.026
	Pembiayaan mikro	.215	.118	.202	1.828	.000
	Strategi pemasaran	.260	.108	.267	2.416	.000

a. Dependent Variable: Perkembangan UMKM

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 23, 2023

Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan adalah:

$$PUMKM = \alpha + \beta_1 PM + \beta_2 SP + e$$

Maka persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 13.230 + 0,215 + 0,260 + 5,808$$

Keterangan :

PUMKM = Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah  
 $\alpha$  = Konstanta  
 $\beta_1 \beta_2$  = Koefisien

PM	= Pembiayaan Mikro
SP	= Strategi Pemasaran
e	= <i>Error</i>

Berdasarkan persamaan regresi berganda di atas dapat diartikan bahwa:

- a. Nilai konstanta perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (a) adalah bernilai negatif sebesar 13.230 yang menyatakan jika variabel pembiayaan mikro dan strategi pemasaran diasumsikan sama dengan 0 maka perkembangan usaha mikro kecil dan menengah adalah sebesar 13.230.
- b. Koefisien regresi variabel pembiayaan mikro ( $\beta_1$ ) bernilai positif sebesar 0.215 yang berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel pembiayaan mikro (X1) sebesar 1% maka perkembangan usaha mikro kecil dan menengah meningkat sebesar 0.215 (21.5%)
- c. Koefisien regresi variabel strategi pemasaran ( $\beta_2$ ) bernilai positif sebesar 0.260 yang berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel pembiayaan mikro (X2) sebesar 1% maka perkembangan usaha mikro kecil dan menengah akan meningkat 0.260 (26.0%)

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran angket kepada nasabah pembiayaan mikro PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua dan mengolah hasil dari

jawaban para responden dari angket yang telah peneliti sebariskan melalui aplikasi SPSS 23 adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil perhitungan uji determinan ( $R^2$ ) diperoleh nilai sebesar 0,434. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pembiayaan mikro dan strategi pemasaran mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah sebesar 43% sedangkan sisanya sebesar 47% diperoleh oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis yang dilakukan dengan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F) maka diperoleh hasil yaitu:

1. Pengaruh Pembiayaan Mikro Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.

Menurut Hasibuan pembiayaan mikro adalah pembiayaan yang diberikan oleh bank ke peminjam dana yang bekerja sebagai wiraswasta pemilik usaha atau pengusaha guna yang diberikan digunakan untuk modal kerja dan investasi yang berkaitan dengan usaha.

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis yang dilakukan, maka diperoleh hasil pengaruh pembiayaan mikro pada perkembangan usaha mikro kecil dan menengah cukup signifikan. Dari hal tersebut bisa diketahui bahwa salah satu variabel mempengaruhi perkembangan usaha mikro kecil dan menengah pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua variabel pembiayaan mikro. Sehingga

apabila tingkat pembiayaan mikro dinaikkan maka perkembangan usaha mikro kecil dan menengah akan ikut naik.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Yopi Ofiza yang berjudul “pengaruh pembiayaan terhadap perkembangan usaha anggota kelompok swadaya masyarakat program kota tanpa kumuh” menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang begitu signifikan antara pembiayaan terhadap perkembangan usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Uus Ahmad Husein yang berjudul “Pengaruh pembiayaan mikro syariah terhadap tingkat perkembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) pada anggota di BMT di Jawa Barat” menyatakan bahwa pembiayaan mikro terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah pada anggota di BMT Jawa Barat.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dilihat betapa pentingnya pembiayaan mikro dalam mempertahankan perkembangan usaha mikro kecil dan menengah dengan selalu memberikan pembiayaan kepada nasabah yang bertanggung jawab akan selalu dapat membantu dalam menggunakan pembiayaan mikro tersebut.

2. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan sebelumnya, maka bisa disimpulkan bahwa strategi pemasaran mempengaruhi perkembangan usaha mikro kecil dan menengah secara signifikan. Dari hal tersebut maka bisa dikatakan bahwa strategi pemasaran termasuk dalam daftar variabel yang bisa mempengaruhi perkembangan usaha mikro kecil dan menengah secara signifikan. Sehingga apabila standar tingkat pemasaran bisa dinaikkan, maka perkembangan usaha mikro kecil dan menengah naik secara signifikan. Kemudian dengan diterapkannya nilai-nilai kreativitas, inovatif, berani menghadapi resiko, memiliki etika bisnis, normal, serta semangat dan bertanggungjawab dan pemasaran islam yang baik dan benar dalam dunia usaha tentunya dapat mempengaruhi perkembangan usaha mikro kecil dan menengah nasabah.

Strategi pemasaran penting dan dapat mempengaruhi perkembangan usaha mikro kecil dan menengah karena bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah pemasaran merupakan hal yang penting untuk kemajuan suatu usahanya. Oleh karena itu sangat penting mengaplikasikan pemasaran islam diantaranya dengan penetapan indikator strategi pemasaran yaitu produk, harga, pengemasan, promosi.

Penelitian ini sejalan dengan teori yang mengemukakan bahwa strategi pemasaran adalah proses atau model untuk memungkinkan usaha atau organisasi untuk memfokuskan sumber daya manusia yang

terbatas untuk meningkatkan penjualan. Hasil uji t di atas sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa strategi pemasaran diperlukan untuk mendorong nasabah untuk perkembangan usahanya.

Penelitian ini di perkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dwi Rahayu yang berjudul “Pengaruh modal usaha, strategi pemasaran, dan pelayanan prima terhadap perkembangan UMKM” bahwa strategi pemasaran terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM.

3. Pengaruh Pembiayaan Mikro dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.

Hasil penelitian hipotesis melalui uji f yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pembiayaan mikro dan strategi pemasaran. Hal ini ditunjukkan melalui perbandingan pembiayaan mikro dan strategi pemasaran dikombinasikan bisa dijadikan sebagai faktor alternatif bagi nasabah pembiayaan mikro Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua jika ingin meningkatkan perkembangan usaha mikro kecil dan menengah. Hal ini berarti secara simultan pembiayaan mikro dan strategi pemasaran berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Diota Prameswari yang berjudul “pengaruh modal psikologis, karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di kecamatan buleleng” dalam penelitian ini menunjukkan bahwa modal usaha dan strategi pemasaran secara simultan berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di kecamatan Buleleng. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Nur Huri yang berjudul “ Pengaruh Karakteristik, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah dengan inovasi sebagai variabel intervening” dalam penelitian ini menunjukkan bahwa modal usaha dan strategi pemasaran bersama-sama simultan berpengaruh terhadap perkembangan UMKM.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pembiayaan mikro dan strategi pemasaran terdapat pengaruh terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua. Jadi berkembang atau tidaknya suatu usaha bagaimana nasabah mengelola pembiayaan mikro dan bagaimana menjalankan strategi pemasaran dengan baik.

#### **E. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar memperoleh hasil sebaik mungkin. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena masih terdapat berbagai keterbatasan.

Beberapa keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Dalam menyebar angket peneliti tidak dapat mengetahui tentang kejujuran responden dalam memberikan atau menjawab setiap pertanyaan yang sudah diberikan sehingga dapat untuk mempengaruhi validitas dan reabilitas data.
2. Keterbatasan pada penggunaan variabel independen hanya menggunakan variabelstrategi pemasaran dan strategi pemasaran sebagai variabel yang mempengaruhi perkembangan usaha mikro kecil dan menengah pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.
3. Keterbatasan pada penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel independen sementara masih ada variabel lain yang dapat mempengaruhi variabel devenden.

Meskipun demikian peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna dari penelitian ini. Akhirnya dengan segala kerja keras serta usaha dan bantuan dari semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga peneliti selanjutnya lebih disempurnakan lagi.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh pembiayaan mikro dan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua. Maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. pembiayaan mikro berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.
2. strategi pemasaran berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.
3. pembiayaan mikro dan strategi pemasaran berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua agar memberikan perhatian dan menindak lanjuti kegiatan penyaluran/pengelolaan kepada nasabah dalam meningkatkan perkembangan usaha mikro kecil dan menengah.

2. Bagi nasabah usaha mikro kecil dan menengah agar memperhatikan strategi pemasaran baik dalam menguasai mangsa pasar untuk meningkatkan usaha dan perkembangannya.
3. Bagi peneliti selanjutnya untuk lebih mempelajari dan mendalami serta melakukan riset lebih luas dan mendalam terkait dengan perkembangan usaha mikro kecil dan menengah.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Abu Ja'far al-Thabari, Imam. *Dalam Tafsir Jamiul Bayan Fi Wil Qur'an*.
- Ahmad. *Manajemen Strategis*. Makassar: CV Nas Media Pustaka, 2020.
- Akimul Hidayat, Azis. *Menyusun Instrumen Penelitian dan Uji Realibitas*. Surabaya: Health Books Publishing, 2021.
- Arifin, Zaenal. *Konstruksi Hukum Jaminan Syariah Dalam Akad Pembiayaan Mudharabah di Era Revolusi Industri 4.0*. Jawa Barat: CV Adanu Abimata, 2020.
- Astuti, Miguna. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Budi Sanstoso, Hieronymus. *Industri Peternakan*. Yogyakarta: Andi Offset, 2021.
- Candra, Vivi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2014.
- Fadilah. *Wawancara*. Jakarta Timur: UNJ Press, 2020.
- Fitria, Ramadhan. *Panduan Sukses Kurasi Produk UMKM*. Solok: Insan Cendikia Mandiri, 2021.
- Fursiana Salma Musfiroh, Mila. *Kontribusi Perbankan Syariah Terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Banjarnegara*. Jawa Tengah: Mangku Bumi, 2018.
- Gautama, Budi, and Ali Hardana. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Medan: Merdeka Kreasi, 2021.
- Grace Haque, dkk, Marissa. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Paascal Book, 2021.
- Grace Haque, Marissa. *Strategi Pemasaran*. Ciputat: Paascal Book, 2021.
- Heriyati, Pantri, dan Taufani C. Kurniatun. *Pemberdayaan Ruang Publik Terpadu Anak Sebagai Pengembangan Potensi Usaha Kecil Warga*. Jawa Timur: Penerbit Qiara Media, 2021.
- Ikatan Bankir Indonesia., *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*. Lembaga Serikat Profesi Perbankan, 2018.

- Ilyas Junjuna, Mochammad. *Pengelola Data Statistik dengan Menggunakan Exiows Dalam Penelitian Bisnis*. Solok: Insan Cendikia Mandiri, 2021.
- Jony, dkk. *Pemasaran Usaha Kecil Menengah*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Kurnia Promo, Albert. *Pengelola Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Surabaya: CV Jakad Publishing, 2019.
- Listyaningsih, Erna. *Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat*. Yogyakarta: Anggota IKAPI, 2020.
- Mardia, dkk. *Strategi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- NI' Matuzahroh. *Observasi Teori dan Aplikasi Dalam Psikologi*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2018.
- Oktarini, Riri. *Strategi Pemasaran*. Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2022.
- Ovan. *Aplikasi Uji Validitas dan Realiabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*, Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020.
- Roflin, Eddy. *Populasi Sampel dan Variabel*. Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Managemant, 2021.
- Rujakat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Rumanto, Sujari. *Manajemen Pembiayaan*. CV. Gre Publishing, 2019.
- Siyoto, Sandu. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Subagyo, Ahmad. *Pembiayaan Mikro*. CV. Budi Utama, 2021.
- Sudamanto, dkk, Eko. *Desain Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Sudaryono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Kencana, 2016.
- Sudirman, Acai. *Studi Kelayakan Bisnis*. Media Sains Indonesia, 2022.
- Suhaddin, ddk, Romasyah. *Pengantar Statistik*. Makassar: Liyan Putaka Ide, 2021.
- Sumarwan, Ujang. *Riset Pemasaran Dan Komunikasi*. IPB Press, 2018.
- Sun Siaga, Tommy. *Manajemen Sumber Daya Manusia dan Usaha Mikro Kecil Menengah*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021.
- Surveyandini, Meyla. *Strategi Pemasaran Ampuh*. Makassar: PT Nas Media Indonesia, 2022.
- Tafsir Al-Muyassar, Al-Baqarah Ayat 42.*

Tarjo. *Metode Penelitian*. Aceh: Syiah Kuala University Press, 2021. Timotous, and Teofilus. *SPSS Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.

Trinura Novitasari, Anindita. *Strategi UMKM Bertahan di Masa Pandemi*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2022.

Wandisyah R Hutagalung, Muhammad. *Analisis Pembiayaan Bank Syariah*. Medan: CV Merdeka Kreasi Grup, 2021.

Widaningsih. *Aspek Hukum Kewirausahaan*. Malang: Polinema Press, 2018.

Wijayanti Susha, Diah. *Statistika*. Malang: MNC Publishing, 2019.

Yunaz, Haswan. *Ekonomi Kreatif*. PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022.

Yunia Fauzia, Ika. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2018.

#### **Sumber Jurnal dan Skripsi:**

Ahmad Husaeni, Uus. "Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah Terhadap Tingkat Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Anggota BMT di Jawa Barat." *Jurnal of Reasearch in Managemant* Vol. 2, No. 1 (2019).

Andi Prayogi, Muhammad, dan Lukman Hakim Siregar. "Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah Terhadap Tingkat Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah." *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan* Vol. 17, no.No. 2 (2017).

Asipah, Ainun. "Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Ngoro." *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 2, No. 3 (2019).

Bukhori, Achmad. "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Kerja dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Gula Jawa di Desa Jongglosari Kecamatan Leksonoo Kabupaten Wonosobo." *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* Vol. 2, No. 1 (2022).

Darmawai, dan Faisah Abdullah. "Pengaruh Pembiayaan Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Nasabah Pada Pegadaian di Kota Tarakan." *Jurnal Ilmu Ekonomi* Vol. 3, No. 3 (2019).

Hulu, Budieli. "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Mitra Kecamatan Amandraya." *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* Vol. 6, No. 2 (2021).

Huri Mustofa, Nur. "Pengaruh Karakteristik, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Sketsa Bisnis* Vol. 8, No. 2 (2021).

- Ilyas, Rahmat. "Analisis Kelayakan Pembiayaan Bank Syariah." *Jurnal Ilmu Syariah dan Perbankan Islam* Vol. 4, No. 2 (2019).
- M.A Dewanti. "Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Kabupaten Buleleng." *Jurnal Manajemen* Vol. 8, No. 1 (2022).
- Martelita, Indah. "Pengaruh Pembiayaan Mikro Bri Syariah Terhadap Perkembangan Usaha Mikro di Kota Jambi." Universitas Islam Negeri Sulthan Taha Saifuddin Jambi, 2021.
- Muti'ah, Nurul, and Dian Retnaningdiah. "Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah dan Pengetahuan Penyusunan Laporan Keuangan Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Kasus Anggota BMW Usaha Mandiri Sakinah Yogyakarta)." *Jurnal Solusi* Vol. 15, No. 2 (2020).
- Nasser Hasibuan, Abdul. "Strategi Pemasaran Produk Funding di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Padangsidempuan." *Jurnal Imara* Vol. 2, No. 1 (2018).
- Nawawi, Novita, and Hakiem. "Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Leuwiliang." *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 5, No. 2 (2014).
- Novita, Linda. "Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Leuwiliang." *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 5, No. 2 (2014).
- Nuraisiah, Rohaelis. "Pengaruh Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Home Industri di Kota Cilegon Provinsi Banten." *Jurnal Jumanis Baja* Vol. 2, No. 2 (2021).
- Ofiza, Yopi, dan Siska Yulia Defitri. "Pengaruh Pinjaman Bergulir dan Pelatihan Terhadap Perkembangan Usaha Anggota Kelompok Swadaya Masyarakat Program Kota Tanpa Kumuh." *Jurnal of Innovation Research and Knowledge* Vol. 1, No. 6 (2021).
- Prameswari Vjaya, Diots. "Pengaruh Modal Psikologis, Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha UMKM di Kecamatan Buleleng." *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi* Vol. 5, No. 1 (2017).
- Rachmat Sunjoto, Arie. "Strategi Pemasaran Swalayan Pamella Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* Vol. 1, No. 2 (2011).
- Rahayu, Dwi. "Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan Pelayanan Prima Terhadap Perkembangan UMKM." *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi* Vol. 9, No. 1 (2020).

- Retno Kumalasari, Nindi. "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk di Toko Ismart Dan Indomaret Ponegoro." Institut Islam Negeri Ponegoro, 2020.
- Sari Lubis, Delima. "Pemberdayaan UMKM Melalui Lembaga Keuangan Syariah Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Kota Padangsidempuan." *Journal At-Tijarah* Vol 2, No. 2 (2016).
- Sastika Tambunan, Elys. "Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Wirausaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Tibun Sunday Morning UGM." *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi* Vol. 9, No. 1 (2020).
- Supardi, Noviyanti. "Pengaruh Pembiayaan Terhadap Pengembangan Usaha Mikro." Institut Islam Negeri Kediri, 2018.
- Turmudi, Muhammad. "Pembiayaan Mikro BRI Syariah Upaya Pemberdayaan dan Peningkatan UMKM Oleh BRI Syariah." *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol. 2, No. 2 (2017).
- Vela Maslikhah, Devi. "Pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR) Terhadap Perkembangan Usaha Mikro (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Kesamben Kabupaten Blitar)." *Jurnal of Financing Economis dan Investant* Vol. 1, No. 1 (2021).
- Wulan Rachmawati, Dwi. "Pengaruh Pembiayaan Mikro Terhadap Perkembangan UMKM Nasabah BSI KCP Mojopahit." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* Vol. 5, No. 2 (2022).
- Zein Nasution, Lokot. "Analisis Efektivitas Pembiayaan Mikro Syariah Bagi Pemberdayaan Masyarakat Miskin Studi Pada Koperasi Manado Mandailing Natal." *Jurnal Manajemen* Vol. 6, No. 2 (2020).

#### **Sumber Lainnya:**

Bapak Husni Ardiansyah Tanjung. Pedoman Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua. Branch Operation & Service Manager PT. Bank Syariah KCP Gunung Tua, Pada Tanggal 7 Januari, 2023 Pukul 10.40 WIB.

<https://indonesia.id/infografis/berdirinya-bank-syariah>, Diakses pada Tanggal Rabu 1 Februari 2023, Pukul 12:00 WIB.

<https://www.mandirisyariah.co.id/tentang-kami/sejarah>, Diakses Pada Rabu Tanggal 1 Februari 2023, Pukul 23:34 WIB.

Ibu Ermi. Nasabah Pembiayaan Mikro PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua, 12 September 2022 Pukul 17.28 WIB.

Ibu Sari. Nasabah Pembiayaan Mikro PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua, 12 September 2022 Pukul 10.41 WIB.

Triana Sari, Wahyu. "Laporan Produk Penghimpunan dan Penyaluran Dana Bank Syariah Mandiri." *latiefhermansyah.blogspot.com*, Pada Tanggal 8 Januari 2015, diakses 1 Februari 2023 pukul 09.28 WIB.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Data Pribadi

Nama : Anre Ca Ayu  
Nim : 18 401 00157  
Tempat/Tanggal Lahir : Padangsidempuan/ 29 November 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Islam  
Anak Ke : 2 dari 4 bersaudara  
Alamat : Silandit, Jln H Abd Gani, Kota Padangsidempuan  
Telepon/No. Hp : 082211912281  
Email : [andrecaayu71@gmail.com](mailto:andrecaayu71@gmail.com)

### B. Identitas OrangTua

Nama Ayah : Surya Darma  
Nama Ibu : Yuni Laila Siregar  
Alamat : Silandit, Jln H Abd Gani, Kota Padangsidempuan

### C. Latar Belakang Pendidikan

Tahun 2006-2012 :SD N 200212 Padangmatinggi  
Tahun 2012-2015 :SMP N 6 Kota Padangsidempuan  
Tahun 2015-2018 :SMK N 3 Kota Padangsimpuan  
Tahun 2018-2023 :UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

## SURAT VALIDASI ANKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aliman Syahuri Zein, M.E.I

NIDN : 20280488205

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Pembiayaan Mikro dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua .”

Yang disusun oleh:

Nama : Anre Ca Ayu

Nim : 18 401 00157

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1. ....
2. ....
3. ....

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, Desember 2022

Validator

**Aliman Syahuri Zein, M.E.I**  
**NIDN. 20280488205**

**LEMBAR VALIDASI  
ANGKET PERKEMBANGAN UMKM (Y)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis*( √ ) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No. Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Tenaga kerja	1,2			
Pendapatan	3,4			
Produksi	5,6			
Teknologi	7,8			
Modal usaha	9,10			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Desember 2022

Validator

**Aliman Syahuri Zein, M.E.I**  
**NIDN. 20280488205**

**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET PEMBIAYAAN MIKRO (X<sub>1</sub>)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* ( √ ) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No. Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Proses pembiayaan	1,2			
Jumlah pembiayaan	3,4			
Kegunaan pembiayaan	5,6			
Angsuran sesuai pendapatan	7,8			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Desember 2022

Validator

**Aliman Syahuri Zein, M.E.I**  
**NIDN. 20280488205**

**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET STRATEGI PEMASARAN (X<sub>2</sub>)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* ( √ ) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No. Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Produk	1,2			
Harga	3,4			
Pengemasan	5,6			
Promosi	7,8			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Desember 2022

Validator

**Aliman Syahuri Zein, M.E.I**  
**NIDN. 20280488205**

## ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

*Assalamu'alaikumWr. Wb*

Dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi pada program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syeh Ali Hasan Ahmad Addarry Padangsidempuan, saya :

Nama : Anre Ca Ayu

NIM : 17 401 00157

Bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pembiayaan Mikro dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua”**. Sehubungan dengan itu saya mohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesione penelitian ini dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Informasi yang Bapak/Ibu/saudara/i berikan hanya digunakan untuk penelitian ini, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan sungguh – sungguh.

Atas bantuan dan kerja sama Bapak/Ibu/Saudara/i dalam menjawab pernyataan pada kuesioner ini, saya mengucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikumWr. Wb*

Padangsidempuan, Desember 2022

Hormat Saya

**Anre Ca Ayu**  
**Nim. 17 401 00157**

## ANGKET PENELITIAN

### **Pengaruh Pembiayaan Mikro dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua**

#### **A. IDENTITAS RESPONDE**

Saya mohon kesedian Bapak/Ibu untuk menjawab daftar pertanyaan ini.

Dengan memberi tanda (√) pada kotak yang tersedia

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis kelamin :

#### **B. PETUNJUK PENGISIAN**

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (√) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban.

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Kurang Setuju (KS)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
5	4	3	2	1

4. Semua jawaban Bapak/Ibu, saudara/i dijamin kerahasiaannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

### C. Daftar Pertanyaan:

#### 1. Angket Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Y)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	T S	STS
1.	Tenaga kerja mampu memproduksi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehingga usaha berjalan dengan baik sesuai tujuan.					
2.	Berkembangnya UMKM dapat memberi peluang pekerjaan untuk para tenaga kerja sehingga membentuk sumber daya manusia yang dapat mencapai tujuan suatu usaha.					
3.	Pendapatan yang dihasilkan dari usaha yang dijalankan mampu meningkatkan perkembangan suatu usaha.					
4.	Usaha yang berkembang tergantung dengan pendapatan yang dihasilkan.					
5.	Kegiatan produksi yang berkualitas akan menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga meningkatkan suatu usaha.					
6.	Memproduksi barang atau jasa akan menambah nilai guna suatu usaha yang dikembangkan.					
7.	Menggunakan teknologi dalam menjalankan usaha akan lebih memudahkan pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha.					
8.	Pelaku UMKM yang menggunakan teknologi memiliki daya saing yang kuat untuk mengembangkan usahanya.					
9.	Berkembangnya suatu usaha tergantung dengan modal yang dimiliki oleh pelaku UMKM.					
10.	Melakukan proses produksi dalam suatu usaha memerlukan modal yang besar.					

## 2. Angket Pembiayaan Mikro (X<sub>1</sub>)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Pelayanan yang diberikan PT. Bank Syariah Indoensia KCP. Gunung Tua ini sudah baik					
2.	Saya tidak dipersulit dalam melakukan pencairan pembiayaan mikro.					
3.	PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua mencairkan jumlah pembiayaan sesuai dengan penjelasan di awal.					
4.	PT Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua menjelaskan pembiayaan mikro sesuai dengan kebutuhan.					
5.	Pembiayaan mikro ini adalah pilihan yang tepat untuk mengembangkan usaha saya.					
6.	Pembiayaan mikro dapat meningkatkan kesejahteraan usaha saya.					
7.	Angsuran pembiayaan mikro ini ringan dan mudah.					
8.	PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua memberikan angsuran sesuai dengan penghasilan.					

## 3. Angket Strategi Pemasaran (X<sub>2</sub>)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Produk yang ditetapkan sesuai dengan kebutuhan atau keinginan pangsa pasar.					
2.	Menciptakan produk sesuai dengan tren dan perkembangan jaman.					
3.	Saya selalu menetapkan harga jual yang terjangkau.					
4.	Harga dapat memicu target penjualan.					
5.	Saya memasang logo penjualan disetiap pengemasan.					
6.	Pengemasan sesuai dengan ukuran barang yang diperjualkan.					
7.	Saya melakukan promosi di berbagai sosial media.					

8.	Saya memberikan potongan harga disetiap pembelian banyak.					
----	---	--	--	--	--	--

Gunung Tua, Desember 2022

Responden

(.....)

## Lampiran

### Data Tabulasi Variabel Pembiayaan Mikro (Y)

No	Perkembangan UMKM (Y)										
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total
1	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	47
2	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	46
3	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	46
4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	45
5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	45
6	5	5	5	4	4	4	3	3	3	5	41
7	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	43
8	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	46
9	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	45
10	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	45
11	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	44
12	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	45
13	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5	43
14	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
15	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
16	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	44
17	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	47
18	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	46



42	4	4	2	2	2	4	2	2	5	5	32
43	4	5	5	5	5	5	2	2	1	1	35
44	4	5	5	5	5	5	1	1	5	5	41
45	4	5	5	5	5	5	2	2	5	5	43
46	4	4	4	5	5	5	2	2	5	5	41
47	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	42
48	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	43
49	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	46
50	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
51	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	40
52	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	44
53	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	45
54	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	45
55	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	41
56	5	5	5	5	4	4	4	4	5	2	43
57	4	4	5	4	4	5	5	5	3	3	42
58	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	44
59	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	47
60	4	5	4	4	4	4	3	3	5	5	41
61	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	45
62	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	45
63	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	42
64	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49



## Lampiran

### Data Tabulasi Variabel Pembiayaan Mikro (X1)

No	Pembiayaan Mikro (X1)								Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	
1	4	4	4	4	4	5	4	4	33
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	4	5	5	5	5	5	37
4	5	5	5	5	5	5	6	6	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	5	4	4	4	5	2	5	5	34
8	5	5	4	4	5	5	4	5	37
9	4	4	4	4	5	5	4	4	34
10	5	5	4	4	4	4	5	4	35
11	4	5	4	4	4	4	4	4	33
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	5	4	4	4	5	5	4	4	35
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	4	4	4	4	4	4	3	3	30
16	5	4	4	4	4	4	4	5	34
17	4	5	5	5	4	4	5	5	37
18	5	4	5	4	5	4	4	4	35
19	5	5	4	5	4	5	5	5	38
20	5	4	4	4	5	5	4	5	36
21	4	4	4	4	3	5	3	3	30
22	5	5	5	5	5	5	5	5	40
23	5	4	5	5	5	5	5	5	39
24	5	5	4	5	4	5	5	5	38
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	4	4	4	3	4	5	4	5	33

27	4	4	4	4	5	5	5	5	36
28	5	5	5	5	5	5	4	4	38
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
31	5	4	4	4	4	4	4	4	33
32	4	4	4	4	4	5	5	4	34
33	4	4	4	4	5	4	3	3	31
34	4	4	4	4	5	5	4	3	33
35	5	4	5	4	4	5	4	5	36
36	4	4	4	4	5	5	5	5	36
37	4	4	4	4	5	5	4	5	35
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	4	4	4	4	5	5	5	5	36
40	4	4	5	5	5	5	5	5	38
41	3	3	2	3	3	3	2	3	22
42	4	5	5	5	5	5	2	2	33
43	4	4	4	1	4	5	4	3	29
44	4	3	5	4	4	5	4	4	33
45	4	4	5	5	5	5	5	5	38
46	4	4	4	5	5	5	3	4	34
47	4	4	4	5	5	5	3	4	34
48	5	5	5	5	4	3	4	4	35
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	5	4	4	4	4	4	4	4	33
51	4	4	5	4	4	5	4	4	34
52	4	5	5	5	4	4	4	5	36
53	5	5	5	4	4	4	4	4	35
54	4	4	4	4	4	4	4	4	32
55	5	4	4	5	4	4	5	4	35
56	5	5	5	5	5	5	5	5	40
57	4	5	4	4	4	5	4	4	34
58	4	5	4	4	4	4	5	4	34
59	4	4	4	4	3	3	3	3	28

60	5	5	5	4	4	4	4	4	35
61	4	4	4	4	4	4	4	5	33
62	4	4	4	4	4	5	5	5	35
63	4	4	4	4	4	4	5	5	34
64	4	5	5	5	4	5	4	4	36
65	4	5	4	5	4	4	4	5	35
66	4	5	4	5	4	5	4	4	35
67	5	4	5	4	5	4	5	4	36
68	5	4	4	4	4	4	5	4	34
69	4	4	4	4	3	3	3	3	28
70	5	5	5	5	5	4	5	4	38
71	4	3	4	3	3	3	3	3	26
72	5	5	5	5	4	3	5	5	37
73	5	4	4	4	5	4	4	4	34
74	4	3	4	4	2	2	2	4	25
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76	4	4	4	5	4	5	4	5	35
77	5	4	4	4	5	4	4	4	34

## Lampiran

### Data Tabulasi Variabel Strategi Pemasaran (X2)

No	Strategi Pemasaran (X2)								Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	
1	4	4	4	5	5	4	4	4	34
2	5	5	5	5	2	5	2	2	31
3	4	4	4	4	5	5	4	4	34
4	4	4	4	5	5	5	5	5	37
5	4	5	5	5	4	4	4	5	36
6	5	5	5	5	3	5	5	3	36
7	4	4	4	4	5	5	5	5	36
8	4	4	5	5	5	4	4	5	36
9	5	5	5	4	4	4	4	5	36
10	5	5	5	3	3	5	3	3	32
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	4	5	4	4	3	4	4	3	31
14	4	4	3	3	5	5	5	4	33
15	4	4	4	4	2	2	2	2	24
16	5	5	5	4	4	4	4	4	35
17	5	5	5	5	4	5	5	4	38
18	5	4	4	5	4	5	5	4	36
19	5	5	5	5	4	4	4	5	37
20	5	5	4	4	5	4	5	5	37
21	4	4	4	5	2	4	2	2	27
22	5	4	5	3	3	5	3	3	31
23	4	4	4	4	4	4	4	5	33
24	5	5	5	5	4	4	4	5	37
25	5	4	2	1	1	3	1	4	21
26	5	5	5	5	3	3	2	5	33
27	5	5	4	4	3	5	3	5	34

28	4	5	3	3	3	4	5	5	32
29	5	5	4	4	2	4	2	2	28
30	4	4	5	4	3	3	3	3	29
31	4	4	4	4	2	4	3	3	28
32	4	5	5	5	4	5	5	5	38
33	4	5	4	5	2	4	2	2	28
34	5	5	5	5	2	5	2	2	31
35	4	4	5	5	5	4	4	5	36
36	5	5	5	5	5	3	3	3	34
37	4	5	4	4	4	4	4	4	33
38	5	5	5	3	3	5	3	3	32
39	5	4	4	3	3	4	4	3	30
40	5	5	5	5	3	3	3	3	32
41	3	5	2	4	2	4	2	3	25
42	3	5	4	2	2	4	2	1	23
43	4	5	3	1	1	5	1	1	21
44	5	5	4	4	2	5	4	3	32
45	4	4	5	5	2	5	2	3	30
46	4	4	5	5	2	5	2	3	30
47	5	5	3	3	5	4	3	3	31
48	5	5	5	3	3	5	4	3	33
49	4	4	4	4	3	5	3	3	30
50	4	4	4	4	3	4	4	3	30
51	4	4	4	4	3	5	3	4	31
52	4	4	4	5	3	5	3	3	31
53	5	5	4	4	3	4	4	3	32
54	5	5	5	5	3	5	5	3	36
55	4	5	4	5	4	4	5	4	35
56	5	5	3	3	2	4	2	2	26
57	4	4	4	5	2	4	4	4	31
58	4	4	3	3	2	4	3	3	26
59	4	5	5	5	3	4	3	5	34
60	4	4	4	5	2	5	4	2	30

61	5	5	4	4	3	4	3	3	31
62	5	5	5	4	3	4	3	4	33
63	5	5	4	4	4	4	4	4	34
64	4	5	5	4	3	4	5	5	35
65	5	5	5	5	3	4	5	3	35
66	5	5	5	5	5	4	5	5	39
67	4	5	5	5	5	4	5	5	38
68	5	4	4	3	2	4	3	3	28
69	3	5	4	3	3	5	3	5	31
70	4	5	4	3	3	5	5	3	32
71	4	4	4	4	2	4	3	2	27
72	4	5	5	5	3	5	5	3	35
73	4	4	4	4	3	4	5	1	29
74	4	4	3	1	5	4	5	1	27
75	4	4	2	3	2	4	3	3	25
76	4	4	3	1	5	4	5	1	27
77	4	4	4	1	3	4	4	1	25

## Correlations

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	Total
VAR00001 Pearson Correlation	1	,344**	-,030	-,092	,051	-,035	,282*	,223	,039	,048	,317**
Sig. (2-tailed)		,002	,794	,427	,657	,762	,013	,051	,733	,678	,005
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
VAR00002 Pearson Correlation	,344**	1	,172	,162	,258*	,200	,035	-,011	,144	,035	,361**
Sig. (2-tailed)	,002		,135	,159	,024	,082	,759	,923	,210	,763	,001
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
VAR00003 Pearson Correlation	-,030	,172	1	,467**	,359**	,268*	,083	,188	-,042	-,024	,438**
Sig. (2-tailed)	,794	,135		,000	,001	,018	,474	,102	,719	,837	,000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
VAR00004 Pearson Correlation	-,092	,162	,467**	1	,499**	,215	,047	,096	,103	-,015	,447**
Sig. (2-tailed)	,427	,159	,000		,000	,061	,686	,404	,371	,898	,000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
VAR00005 Pearson Correlation	,051	,258*	,359**	,499**	1	,417**	,105	,144	,215	,043	,556**
Sig. (2-tailed)	,657	,024	,001	,000		,000	,364	,210	,061	,709	,000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
VAR00006 Pearson Correlation	-,035	,200	,268*	,215	,417**	1	,071	,017	,071	,024	,377**
Sig. (2-tailed)	,762	,082	,018	,061	,000		,542	,882	,541	,834	,001
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
VAR00007 Pearson Correlation	,282*	,035	,083	,047	,105	,071	1	,868**	,212	,146	,662**
Sig. (2-tailed)	,013	,759	,474	,686	,364	,542		,000	,065	,206	,000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
VAR00008 Pearson Correlation	,223	-,011	,188	,096	,144	,017	,868**	1	,231*	,165	,684**
Sig. (2-tailed)	,051	,923	,102	,404	,210	,882	,000		,043	,150	,000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
VAR00009 Pearson Correlation	,039	,144	-,042	,103	,215	,071	,212	,231*	1	,608**	,572**
Sig. (2-tailed)	,733	,210	,719	,371	,061	,541	,065	,043		,000	,000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
VAR00010 Pearson Correlation	,048	,035	-,024	-,015	,043	,024	,146	,165	,608**	1	,482**
Sig. (2-tailed)	,678	,763	,837	,898	,709	,834	,206	,150	,000		,000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
VAR00011 Pearson Correlation	,317**	,361**	,438**	,447**	,556**	,377**	,662**	,684**	,572**	,482**	1
Sig. (2-tailed)	,005	,001	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Correlations

[DataSet0]

### Correlations

		Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Total
Item1	Pearson Correlation	1	,462**	,503**	,337**	,404**	,051	,486**	,370**	,618**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,003	,000	,658	,000	,001	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Item2	Pearson Correlation	,462**	1	,535**	,563**	,333**	,274*	,444**	,328**	,687**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,003	,016	,000	,004	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Item3	Pearson Correlation	,503**	,535**	1	,537**	,402**	,270*	,423**	,329**	,693**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,018	,000	,004	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Item4	Pearson Correlation	,337**	,563**	,537**	1	,381**	,245*	,360**	,441**	,689**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000		,001	,032	,001	,000	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Item5	Pearson Correlation	,404**	,333**	,402**	,381**	1	,554**	,492**	,396**	,723**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,000	,001		,000	,000	,000	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Item6	Pearson Correlation	,051	,274*	,270*	,245*	,554**	1	,346**	,314**	,579**
	Sig. (2-tailed)	,658	,016	,018	,032	,000		,002	,005	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Item7	Pearson Correlation	,486**	,444**	,423**	,360**	,492**	,346**	1	,731**	,797**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000	,002		,000	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Item8	Pearson Correlation	,370**	,328**	,329**	,441**	,396**	,314**	,731**	1	,735**
	Sig. (2-tailed)	,001	,004	,004	,000	,000	,005	,000		,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Total	Pearson Correlation	,618**	,687**	,693**	,689**	,723**	,579**	,797**	,735**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Correlations

[DataSet0]

### Correlations

		Item01	Item02	Item03	Item04	Item05	Item06	Item07	Item08	Total
Item01	Pearson Correlation	1	,365**	,327**	,114	,039	-,020	,006	,076	,307**
	Sig. (2-tailed)		,001	,004	,325	,736	,866	,957	,509	,007
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Item02	Pearson Correlation	,365**	1	,305**	,156	-,015	,034	,018	,156	,325**
	Sig. (2-tailed)	,001		,007	,175	,900	,767	,878	,177	,004
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Item03	Pearson Correlation	,327**	,305**	1	,595**	,199	,128	,184	,283*	,642**
	Sig. (2-tailed)	,004	,007		,000	,083	,268	,108	,013	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Item04	Pearson Correlation	,114	,156	,595**	1	,165	,061	,167	,428**	,644**
	Sig. (2-tailed)	,325	,175	,000		,153	,599	,147	,000	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Item05	Pearson Correlation	,039	-,015	,199	,165	1	,001	,669**	,496**	,684**
	Sig. (2-tailed)	,736	,900	,083	,153		,992	,000	,000	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Item06	Pearson Correlation	-,020	,034	,128	,061	,001	1	,200	,012	,256*
	Sig. (2-tailed)	,866	,767	,268	,599	,992		,081	,919	,024
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Item07	Pearson Correlation	,006	,018	,184	,167	,669**	,200	1	,357**	,672**
	Sig. (2-tailed)	,957	,878	,108	,147	,000	,081		,001	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Item08	Pearson Correlation	,076	,156	,283*	,428**	,496**	,012	,357**	1	,727**
	Sig. (2-tailed)	,509	,177	,013	,000	,000	,919	,001		,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Total	Pearson Correlation	,307**	,325**	,642**	,644**	,684**	,256*	,672**	,727**	1
	Sig. (2-tailed)	,007	,004	,000	,000	,000	,024	,000	,000	
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,664	10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,840	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,684	8

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	77	22	42	34,92	3,705
X2	77	21	39	31,66	4,093
Valid N (listwise)	77				

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		77
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,50954866
Most Extreme Differences	Absolute	,092
	Positive	,050
	Negative	-,092
Test Statistic		,092
Asymp. Sig. (2-tailed)		,165 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

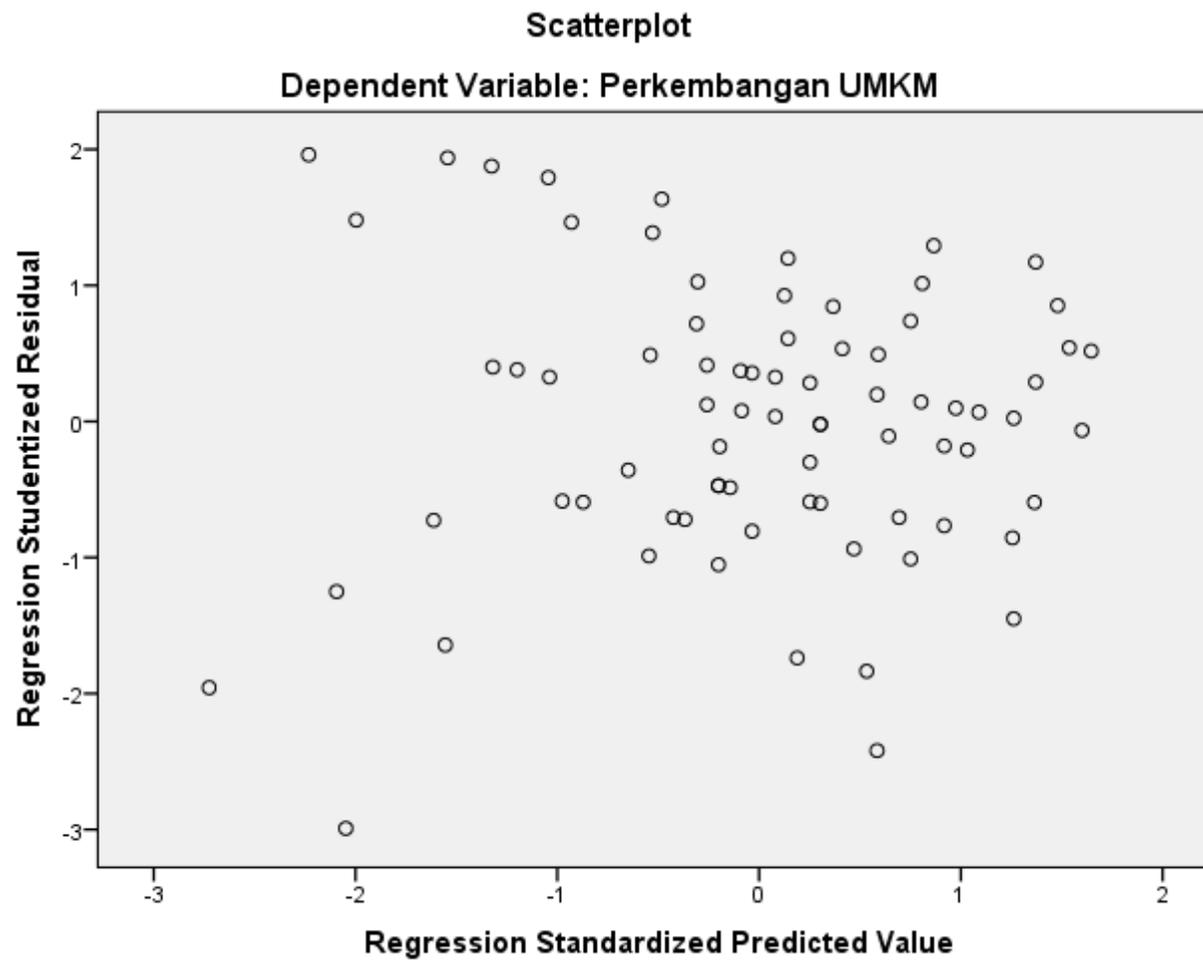
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	35,781	4,294		8,332	,000		
	Pembiayaan Mirko	,051	,113	,053	,450	,654	,911	1,098
	Strategi Pemasaran	,198	,102	,229	1,939	,056	,911	1,098

a. Dependent Variable: Perkembangan UMKM



**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.230	5.808		2.278	.026
	Pembiayaan mikro	.215	.118	.202	.1.828	.000
	Strategi pemasaran	.260	.108	.267	2.416	.000

a. Dependent Variable: Perkembangan UMKM

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	180.048	2	90.024	5.702	,000 <sup>b</sup>
	Residual	890,831	74	15.788		
	Total	950,078	76			

a. Dependent Variable: Perkembangan UMKM

b. Predictors: (Constant), Strategi pemasaran, Pembiayaan mikro

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,665 <sup>a</sup>	,434	,410	2,973

a. Predictors: (Constant), Strategi pemasaran, Pembiayaan mikro

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	13,230	5.808		2.278	.026	27,225	44,337
	Pembiayaan Mikro	.215	.118	.202	1.828	.000	-,174	,275
	Strategi Pemasaran	.260	.108	.267	2.416	.000	-,005	,401

a. Dependent Variable: Perkembangan UMKM

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

**Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)**

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
47	2.82	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
48	2.81	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.73	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63
49	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.71	1.68	1.66	1.65	1.63
50	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.63
51	2.81	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.62
52	2.80	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.64	1.62
53	2.80	2.41	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.63	1.62
54	2.80	2.40	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.62
55	2.80	2.40	2.19	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
56	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
57	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.69	1.66	1.64	1.63	1.61
58	2.79	2.40	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
59	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
60	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
61	2.79	2.39	2.18	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
62	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.62	1.60
63	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.61	1.60
64	2.79	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.60
65	2.78	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
66	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
67	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.86	1.81	1.76	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
68	2.78	2.38	2.17	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.73	1.69	1.67	1.64	1.62	1.61	1.59
69	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.72	1.69	1.67	1.64	1.62	1.60	1.59
70	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.59
71	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.59
72	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
73	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
74	2.77	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.75	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
75	2.77	2.37	2.16	2.02	1.93	1.85	1.80	1.75	1.72	1.69	1.66	1.63	1.61	1.60	1.58
76	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.72	1.68	1.66	1.63	1.61	1.59	1.58
77	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68	1.66	1.63	1.61	1.59	1.58
78	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.58
79	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.58
80	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
81	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
82	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
83	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
84	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.74	1.71	1.68	1.65	1.63	1.60	1.59	1.57
85	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67	1.65	1.62	1.60	1.59	1.57
86	2.76	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
87	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
88	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
89	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.57
90	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56



Dokumentasi Penyebaran Angket Dengan Ibu Dewi Sinta Sari Siregar , Selaku Nasabah Pembiayaan Mikro PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.



Dokumentasi Penyebaran Angket Dengan Ibu Nur Hayati Harahap , Selaku Nasabah Pembiayaan Mikro PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.



Dokumentasi Penyebaran Angket Dengan Ibu Yanti Siregar , Selaku Nasabah Pembiayaan Mikro PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.



Dokumentasi Penyebaran Angket Dengan Ibu Nurima , Selaku Nasabah Pembiayaan Mikro PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.



Dokumentasi Penyebaran Angket Dengan Ibu Dewi Astri , Selaku Nasabah Pembiayaan Mikro PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.



Dokumentasi Penyebaran Angket Dengan Bapak Madhon Siregar , Selaku Nasabah Pembiayaan Mikro PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.



Dokumentasi Penyebaran Angket Dengan Bapak Matua Siregar , Selaku Nasabah Pembiayaan Mikro PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.



Dokumentasi Penyebaran Angket Dengan Bapak Nurman Saputra , Selaku Nasabah Pembiayaan Mikro PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 2884/In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/12/2021  
Lampiran : -  
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi  
02 Desember 2021

Yth. Bapak:  
1. Budi Gautama Siregar : Pembimbing I  
2. Aliman Syahuri Zein : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Anre Ca Ayu  
NIM : 1840100157  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Pembiayaan Mikro dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
  
Abdul Nasser Hasibuan  


Tembusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDEMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 791 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/03/2022  
Hal : Mohon Izin Pra Riset

21 Maret 2022

Yth. Branch Manager BSI KCP Gunung Tua

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan menerangkan bahwa:

Nama : Anre Ca Ayu  
NIM : 1840100157  
Semester : VIII (Delapan)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Pengaruh Pembiayaan Mikro dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada Masa Covid-19 (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Kabupaten Padang Lawas Utara)".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



**PT Bank Syariah Indonesia, Tbk**  
Kantor Cabang Pembantu Gunung Tua  
Jl. SM. Raja No.234  
Kel. Pasar Gunung Tua  
Kec. Padangbolak, Kab. Paluta 22753  
Telp. (0635) 510919

07 Maret 2022  
No. 02/105-3/327

Kepada.  
Dekan FEBI UIN Syahada  
Padangsidempuan

Di tempat  
Perihal : **IZIN MELAKSANAKAN PRA RISET**

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Semoga Bapak dan seluruh *Staff* UIN Sahada senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufik serta hidayah dari Allah SWT.

Menunjuk perihal diatas bersama ini kami menerangkan bahwa:

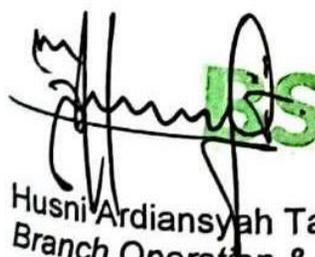
Nama : Andre Ca Ayu  
NIM : 1840100157  
Semester : VIII (Delapan)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah selesai melaksanakan Riset di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dengan judul skripsi: **"Pengaruh Pembiayaan Mikro Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua"**

Demikian ini kami sampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana diperlukan oleh yang bersangkutan dengan ketentuan tidak melanggar kode etik dan kerahasiaan nasabah dan Bank, atas perhatiannya kami mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

PT BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk  
BRANCH OFFICE GUNUNG TUA

  
  
Husni Ardiansyah Tanjung  
Branch Operation & Service Manager



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022  
Website: [uinsyahada.ac.id](http://uinsyahada.ac.id)

Nomor : 3108 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/12/2022  
Hal : Mohon Izin Riset

13 Desember 2022

Yth. Pimpinan BSI KCP Gunung Tua

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menerangkan bahwa:

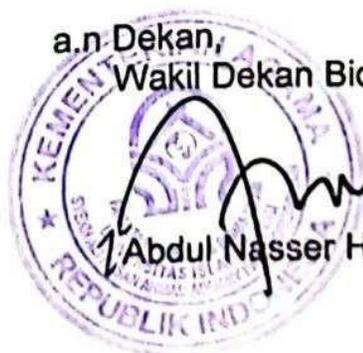
Nama : Anre Ca Ayu  
NIM : 1840100157  
Semester : IX (Sembilan)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Pengaruh Pembiayaan Mikro dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

15 Februari 2023  
No. 03/097-3/327

Kepada.  
Dekan FEBI UIN Syahada  
Padangsidempuan  
Di tempat  
Perihal : **SELESAI MELAKSANAKAN RISET**

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Semoga Bapak dan seluruh *Staff* UIN Sahada senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufik serta hidayah dari Allah SWT.

Menunjuk perihal diatas bersama ini kami menerangkan bahwa:

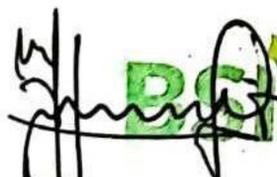
Nama : Andre Ca Ayu  
NIM : 1840100157  
Semester : VIII (Delapan)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah selesai melaksanakan Riset di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dengan judul skripsi: **"Pengaruh Pembiayaan Mikro Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua"**

Demikian ini kami sampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana diperlukan oleh yang bersangkutan dengan ketentuan tidak melanggar kode etik dan kerahasiaan nasabah dan Bank, atas perhatiannya kami mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

PT BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk  
BRANCH OFFICE GUNUNG TUA

  
BANK SYARIAH  
INDONESIA  
KCP Gunung Tua

Husni Adriansyah Tanjung  
Branch Operation & Service Manager